UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU
INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA – PROLAM/USP

EBENEZER TAKUNO DE MENEZES

Como as artes habitam a internet:

Um estudo sobre a comunicação dos museus virtuais
no Brasil e Uruguai

Orientadora Profa. Dra. Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves

São Paulo
2008

EBENEZER TAKUNO DE MENEZES

Como as artes habitam a internet:

Um estudo sobre a comunicação dos museus virtuais
no Brasil e Uruguai

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação
stricto sensu Integração da América Latina – PROLAM/USP
(Universidade de São Paulo) para obtenção do título de Mestre.
Área de concentração: Comunicação e Cultura.
Orientadora Profa. Dra. Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves.

São Paulo
2008

FOLHA DE APROVAÇÃO

Ebenezer Takuno de Menezes

Como as artes habitam a internet: um estudo sobre a comunicação dos museus virtuais no Brasil e Uruguai

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação *stricto sensu* Integração da América Latina – PROLAM/USP (Universidade de São Paulo) para obtenção do título de Mestre.
Área de concentração: Comunicação e Cultura

Aprovado em: ____ / ____ / ____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Aos que apostam na imaginação!

Agradecimentos

Penso que a vida intelectual espera um compromisso com o outro, seja um amigo, um familiar ou qualquer cidadão, porque qualquer percurso é mais compensador quando acontece de mãos dadas. E por isso tenho o gosto e a necessidade de agradecer.

À professora Lisbeth Rebollo Gonçalves, em especial, pela percepção das minhas inquietações, pelas orientações pertinentes e pelas contribuições decisivas que fez desde o início da pesquisa até a finalização desta dissertação.

Aos profissionais do MAC USP Ana Lúcia, Sara, Andréa e, em especial, ao jornalista Sérgio Miranda e equipe, pela paciência e valiosas informações.

À professora Alicia Haber, por ser receptiva ao falar do MUVA e inquieta com o mundo, contaminando positivamente e com graça para um cotidiano melhor.

Aos professores da FFLCH e da ECA USP, que colaboraram em boa parte da bibliografia utilizada e com abordagens interessantes em torno da internet, da comunicação e da cultura.

Aos professores do PROLAM USP, por estimularem a percepção de possíveis caminhos para a integração da América Latina, e aos funcionários da secretaria, William Almeida dos Santos e Raquel Martins Carvalho, sempre atenciosos e prestativos.

Aos professores Mariza Bertoli e Victor Aquino Gomes Correa, pelas críticas e comentários, fundamentais para os rumos da pesquisa, e por me lembrarem de filosofar.

Ao professor João Augusto Frayze-Pereira, pelas abordagens provocativas sobre as artes e que guiaram parte importante desta pesquisa.

À jornalista, historiadora e companheira Thais Helena dos Santos, pelas idéias e intermináveis conversas sobre tudo o que interessa à vida.

À minha família, Ruica, Alexandra, Yaneiara, Bete, João, Rogério e Fernanda por serem amigos e compreensivos em todos os momentos.

Aos amigos Marcelo Melo, Leigh Anne Luther, Susana Andrea Loyola Osorio, Rodolfo Alberto Millacura Osorio e Myriam Isabel Gonzalez Espinoza.

A todos, agradeço carinhosamente.

“Os fatos que vemos dependem da posição em que
estamos colocados e dos hábitos de nossos olhos”

RESUMO

MENEZES, Ebenezer Takuno de. *Como as artes habitam a internet: um estudo sobre os museus virtuais no Brasil e Uruguai*. 2008. 156 f. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – PROLAM/USP, São Paulo, 2008.

Esta pesquisa investiga como as artes habitam a internet com o objetivo de identificar aproximações e distanciamentos entre dois países da América Latina no campo da cultura e da comunicação. Partimos de um museu mediador entre a arte e o público na construção simbólica ilimitada e de uma forma artística da exposição capaz de criar e inventar para construir um espaço alternativo de comunicação da arte. Considerando dois projetos digitais, o MAC Virtual, no Brasil, e o MUVA, no Uruguai, e o método dialético de investigação, observamos que podem haver perdas estéticas, artísticas e históricas caso a recepção estética do visitante e a proposta curatorial do museu sejam ignorados em favor da tecnologia. Por outro lado, a nova cena digital que se configura com a rede mundial de computadores expressa uma noção integradora entre a sociedade e a internet, exigindo maior diálogo entre todas as partes envolvidas no projeto virtual se o objetivo for a busca de maior autonomia dos museus em relação à tecnologia.

Palavras-chave:

arte, internet, museu, comunicação, educação, América Latina.

RESUMEN

MENEZES, Ebenezer Takuno de. *Como las artes habitan en el internet: un estudio sobre los museos virtuales en el Brasil y el Uruguay*. 2008. 156 f. Disertación (Máster) – Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – PROLAM/USP, São Paulo, 2008.

Esta investigación estudia como las artes habitan el internet con el objetivo de identificar aproximaciones y distanciamentos entre dos países de América Latina en el ámbito de la cultura y la comunicación. Comenzamos con un museo mediador entre el arte y el público en la construcción simbólica ilimitada y de una forma artística de la exposición en condiciones de inventar y crear para construir un espacio alternativo de la comunicación de las artes. Considerando dos proyectos digitales, el MAC Virtual, en Brasil, y el MUVA, en Uruguay, y la dialéctica de la investigación, se ha detectado que puede haber pérdidas estéticas, artísticas y históricas en caso se ignoran en la recepción estética de visitantes y de la propuesta curatorial del museo a favor de la tecnología. Por otro lado una nueva escena digital que se configura como una red de computadores expresa una noción integradora entre la sociedad y el internet, exigiendo un mayor diálogo entre todos los involucrados en un proyecto virtual cuyo objetivo es buscar una mayor autonomía de los museos en relación a la tecnología.

Palabras clave:

arte, internet, museo, comunicaciones, educación, América Latina.

ABSTRACT

MENEZES, Ebenezer Takuno de. *How the arts inhabit the internet: a study on the virtual museums in Brazil and Uruguay*. 2008. 156 f. Dissertation (masters) - Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – PROLAM/USP, São Paulo, 2008.

This research investigates how the arts inhabit the internet with the objective of identifying approaches and distance between two Latin American countries in the field of culture and communication. We started from a museum mediator between the art and the public in the construction symbolic unlimited and artistic form of exposure able to create and invent to build an alternative space of the art of communication. Whereas two digital projects, the MAC Virtual, in Brazil, and MUVA, Uruguay, and the dialectic method of research, we noticed that there may be losses aesthetic, artistic and historic when the visitor reception aesthetics and curatorial proposal of the museum are ignored in favor of technology. Furthermore, the new digital scene that is configured with the global network of computers expresses an integrative concept between society and the internet, demanding greater dialogue between all parties involved in the virtual project if the objective is the search for greater autonomy of museums in relation to technology.

Keywords:

art, internet, museum, communication, education, Latin America.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I	
O ESPAÇO FORMADOR DOS MUSEUS.....	14
1.1. O contato com a arte	15
1.2. A comunicação social da arte.....	16
1.3. A forma artística da comunicação.....	19
CAPÍTULO II	
NOVA CENA DOS MUSEUS: O ESPAÇO DIGITAL.....	23
2.1. Cenografia como síntese digital	24
2.2. A arte no espaço virtual	27
2.3. Linguagem na arena dos museus	30
2.4. O espaço-tempo do museu	33
2.5. Da civilização à tecnologia	38
CAPÍTULO III	
MUSEUS VIRTUAIS NA AMÉRICA LATINA	41
3.1. A observação do MAC Virtual e do MUVA	42
3.2. Perspectiva econômica	47
3.3. Da história à forma de habitar.....	56
3.4. O primeiro contato como estratégia.....	72
3.5. Percursos digitais.....	86
3.6. O futuro do espaço digital das artes.....	105
3.7. Quadro comparativo dos dois museus	117
3.8. Parâmetros reflexivos para habitar a internet.....	120
CONCLUSÃO.....	127
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	132
ANEXOS	135
ANEXO 1 - ENTREVISTA COM ALICIA HABER.....	136
ANEXO 2 - ENTREVISTA COM SÉRGIO MIRANDA	146
ANEXO 3 - “EQUIPE DO MAC VIRTUAL”	154
ANEXO 4 - VISITAS DO MAC USP 2006	156

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1 - Página inicial do MAC Virtual.....	42
IMAGEM 2 - Página inicial do MUVA	43
IMAGEM 3 - Página do MAC USP na internet, em 1995	60
IMAGEM 4 - Site do MAC USP, em 1995, registrava as exposições	61
IMAGEM 5 - Seção “Exposições” do MAC Virtual	61
IMAGEM 6 - Registro digital da exposição “Obra em Contexto”	62
IMAGEM 7 - Primeiras interfaces do MAC Virtual sem legenda	63
IMAGEM 8 - MUVA na capa da edição do jornal El País Digital	67
IMAGEM 9 - MUVA I hipoteticamente na Avenida 18 de Julio	69
IMAGEM 10 - Fotografia via satélite da Avenida 18 de Julio	69
IMAGEM 11 - MUVA II hipoteticamente na Avenida Presidente Wilson	70
IMAGEM 12 - Fotografia via satélite da Avenida Presidente Wilson	70
IMAGEM 13 - Fachada física do MAC na Cidade Universitária da USP	73
IMAGEM 14 - MAC Virtual com destaque para a obra “Unidade Tripartida”	74
IMAGEM 15 - Primeira página do MUVA I, com destaque para a “La Lucha”	83
IMAGEM 16 - Uma das salas do MUVA I com a exposição de Lacy Duarte	89
IMAGEM 17 - MUVA II, hipoteticamente na Avenida Presidente Wilson	91
IMAGEM 18 - MUVA II, hipoteticamente com vista para o Rio La Plata	91
IMAGEM 19 - Sala com exposição de Ignacio Iturria no MUVA II	92
IMAGEM 20 - Lançamento do MUVA II pelo El País Digital	93
IMAGEM 21 - Obra “Duelo”, de Lacy Duarte, com vários recursos	95
IMAGEM 22 - “Catálogo Virtual” do MAC Virtual	102
IMAGEM 23 - “Visita Virtual” do MAC Virtual.....	103
IMAGEM 24 - “Unidade Tripartida”, de Max Bill, em ASCII	131

ABREVIATÖES

ECA USP - Escola de Comunicações e Artes da USP

MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da USP

MAC Virtual - site do MAC USP

MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo

MASP - Museu de Arte de São Paulo

MoMA - Museum of Modern Art (Museu de Arte Moderna), em Nova Iorque

MUVA - Museo Virtual de Artes El País, no Uruguai

USP - Universidade de São Paulo

GLOSSÁRIO

Arte digital

é qualquer manifestação artística concebida no ambiente digital dos computadores. Também recebe o nome de net art, web art, vídeo arte. Sempre há um processo digital envolvido para a produção de pinturas, gravuras, arquiteturas, animação.

Banner

é uma peça publicitária em formato impresso ou digital.

Blog ou blogue

é uma página na internet com atualizações em ordem cronológica inversa, ou seja, os textos mais recentes ficam no início da página. Seu conteúdo pode ser temático, pessoal, profissional ou corporativo. Há na internet uma infinidade de iniciativas oferecendo espaços gratuitos e ferramentas fáceis de se usar para criar e manter um blog, bastando fazer um cadastro. O blog vem transformando a relação entre autor e leitor pois sua principal característica é a sua capacidade de interação através de comentários (ou posts) dos leitores, que podem ser mais ativos e participativos. Nos últimos anos, várias empresas e organizações, além do site, criam blogs com o objetivo estratégico de se aproximar do público-alvo.

Exposição virtual

pode ser compreendida como um site, com a diferença de apresentar as imagens de obras de arte como quadros, esculturas e fotografias como uma criação artística e apoiando-se nos diversos recursos oferecidos pela internet e, principalmente, num projeto curatorial.

Flash

são arquivos gerados no programa Adobe Flash, desenvolvido e comercializado pela Adobe Systems, empresa especializada em desenvolver programas para auxiliar profissionais a criarem páginas na internet. É uma tecnologia que reúne áudio, vídeo, textos, imagens e gráficos vetoriais e, de forma bastante dinâmica, interage com os usuários através dos navegadores de internet como Internet Explorer ou Mozilla Firefox.

Habitar

é um verbo normalmente utilizado para definir a ocupação de um território físico por um corpo vivo, dando a idéia de estar presente, permanecer, morar e povoar. Nesta pesquisa, usamos o verbo para o campo da comunicação, da educação e da internet, dando a idéia de estar presente, permanecer, morar e povoar, não como um corpo vivo, mas como mensagens, idéias, processos, hábitos e valores que circulam no ambiente digital em função de seus usuários. Ter uma página na internet, receber e enviar mensagens, divulgar uma imagem com ou sem texto são formas de ocupar a rede

mundial de computadores. A primeira vez em que vimos associar o verbo com a comunicação foi no título da disciplina “As formas comunicativas de habitar”, ministrada pelo professor e doutor Massimo di Felice, da Escola de Comunicações e Artes da USP, o que nos motivou a adotá-lo nesta pesquisa. O interesse em pesquisar o ambiente digital foi estimulado por um curso ministrado pelo mesmo professor chamado “Realidades digitais, tecnologias comunicativas, mundo do trabalho: mudanças e novas oportunidades”, realizado em 2005 pelo Centro de Pesquisa da Opinião Pública em Contextos Digitais, CEPOP-ATOPOS, com o apoio do Circolo Laziale di San Paolo.

Hipertexto

é um texto que suporta a conexão a outros conteúdos por meio de palavras-chave ou imagens clicados. Sua principal característica é a lógica não-linear de construção de significados, permitindo ao visitante de uma página na internet, por exemplo, trilhar seu próprio caminho com total liberdade, pelo menos aquela permitida pelo projeto digital. No trecho “grande hipertexto social”, Lévy parece usar o termo figurativamente para expressar a articulação complexa da sociedade em rede.

Internet

é empregada como uma rede mundial de computadores que permite a circulação de dados de inúmeras maneiras através da publicação de textos e fotografias, trocas de mensagens, acesso a banco de dados e muitos outros recursos digitais. Internet é também conhecida principalmente como uma das novas tecnologias da informação e da comunicação. Segundo dados da Internet World Stats (<http://www.internetworldstats.com>) sobre o uso da internet no mundo em janeiro de 2008, estamos falando de 19,1% da população mundial, o que representa 1,26 bilhões de pessoas.

Looping

é um recurso bastante utilizado em informática para garantir a repetição de algum processo. Pode ser utilizado para sons, imagens e textos, facilitando o trabalho e economizando recursos.

Menu

designa, na internet, um conjunto de botões geralmente localizados na região superior ou à esquerda, permitindo o acesso a textos, a conjunto de textos, a recursos multimídia como vídeo, áudio, jogos, às informações como de banco de dados e contatos. Ver “hipertexto”.

Mouse

é um dispositivo para a entrada de dados no computador principalmente em programas com interface gráfica. Este periférico revolucionou a interação entre o ser humano e a máquina pois sua função de movimentar e apontar o cursor do computador a partir de leves deslizes e cliques em objetos no monitor ampliou o número de pessoas usuárias dos recursos digitais.

Museu virtual

pode ser entendido como qualquer iniciativa digital dentro ou fora da internet com o objetivo de aproximar a arte do cidadão, preservando a memória e o patrimônio. Contudo, nossa pesquisa

visa examinar apenas os projetos envolvendo as artes em funcionamento na rede mundial de computadores e que apresentem alguma proposta curatorial.

Orkut

é uma rede social na internet criada em 2004 para cultivar novas amizades e manter relacionamentos através de fotos, vídeos, mensagens e outros recursos. Uma das facilidades permite criar e manter comunidades em torno de temas, de marcas, empresas ou de qualquer assunto que haja pessoas interessadas. Tem esse nome porque seu projetista chamava-se Orkut Büyükkökten, um engenheiro turco da empresa Google.

Projeto digital

será empregado nesta pesquisa para definir iniciativas na internet como páginas simples ou mais elaboradas, sites institucionais, informativos ou pessoais, ou ainda museus, exposições e catálogos virtuais que tenham alguma proposta planejada.

Site ou sítio

é um conjunto de páginas na internet num determinado endereço com acesso através de programa de computador denominado “navegador” como Microsoft Internet Explorer e Mozilla Firefox. Os sites compõem o que hoje conhecemos como rede mundial de computadores e pode apresentar diversos tipos de conteúdo e recursos, dependendo de seu autor, pessoa, comunidade ou corporação, e também de seus visitantes que, em muitos casos, podem participar publicando conteúdo num sistema concebido para a colaboração.

Wiki

é utilizado para identificar programas colaborativos para a produção, edição, publicação e atualização de conteúdos na internet. Wikipédia (<http://www.wikipedia.org>) é uma enciclopédia que funciona nessa ferramenta. Os erros de informação existem e são alvos de críticas para questionar esse tipo de recurso, mas são constantemente corrigidos e os verbetes dão sempre uma noção sobre o assunto. Em janeiro de 2008, haviam cerca de 353 mil artigos em português, cerca de 322 mil em espanhol e mais de dois milhões de verbetes em inglês. Alemão, francês e italiano também são idiomas contemplados na publicação digital. Trata-se de uma outra modalidade de escrita já bastante difundida para a produção de conteúdo, mas também pode ser usada como estratégia de observação dos hábitos dos usuários, de seus ânimos, interesses e imaginário.

Zoom

é a operação de ampliar. Na internet, o recurso é bastante utilizado para ver melhor uma fotografia ou qualquer imagem. Geralmente, funciona num clique para termos a sensação de aproximação ou distanciamento. Na verdade, o que acontece é apenas uma mudança das medidas da imagem.

INTRODUÇÃO

Vivemos um momento especial na história da sociedade. Rápido, instantâneo e veloz são adjetivos comuns para definir o tempo reduzido. Vistos como qualidades imprescindíveis, quase nunca nos questionamos se queremos participar da alta velocidade que nos cerca. No supermercado, no shopping, na entrega de um produto, no atendimento de um banco, numa consulta médica, em quase tudo na vida, não queremos esperar. Nossa expectativa exige um agora cheio de realizações.

Esse modo de vida contemporâneo tem suas origens no século XVIII com a Revolução Industrial que acelerou a acumulação de bens de capital com a mecanização da produção e adotou um sistema de economia de mercado conhecido como capitalismo. Máquinas e locomotivas a vapor utilizavam o carvão mineral para ampliar a capacidade física do ser humano. Os teares mecânicos produziam tecidos de algodão em grande quantidade e garantiram à Inglaterra o título de maior exportador do produto. O trem a vapor com as ferrovias aumentaram a velocidade de locomoção, diminuindo as distâncias e ampliando os horizontes.

Se a Revolução Industrial aumentou a capacidade física, atualmente, com a revolução tecnológica da informática e da internet¹, temos a ampliação da capacidade mental e comunicativa dos seres humanos. Computadores garantem milhares de processamentos a um tempo cada vez menor. Cabos e antenas permitem a circulação de dados em alta velocidade por todo o mundo, conectando pessoas, empresas e diversas

¹ **Internet** é empregada como uma rede mundial de computadores que permite a circulação de dados de inúmeras maneiras através da publicação de textos e fotografias, trocas de mensagens, acesso a banco de dados e muitos outros recursos digitais. Internet é também conhecida principalmente como uma das novas tecnologias da informação e da comunicação. Segundo dados da *Internet World Stats* (<http://www.internetworldstats.com>) sobre o uso da internet no mundo em janeiro de 2008, estamos falando de 19,1% da população mundial, o que representa 1,26 bilhões de pessoas.

formas de organização.

Toda essa atomização do tempo, onde o veloz é o melhor, entretanto, convive com outras formas de experiência da realidade. Às vezes queremos acompanhar uma novela, ver cada capítulo em detalhes, mesmo sabendo o que vai acontecer pelas publicações voltadas para esse gênero. Não é difícil querer reler um livro que gostamos, apreciando cada passagem e parando numa frase ou idéia que nos atrai. Conversar, ouvir, trocar idéias e sentimentos dão prazer mesmo quando precisamos fazer algo urgente. Podemos dizer que o ser humano enfrenta a todo instante uma eterna escolha entre acelerar ou não o seu tempo, em função de suas próprias prioridades ou de terceiros. Independente da escolha que fazemos, o certo é que o tempo ou a falta dele está sempre presente em nossas vidas, interferindo diretamente na maneira como vemos e compreendemos o mundo.

Quando visitamos um museu de arte, percorrendo uma exposição, circulando entre obras ou parando diante de um quadro ou de qualquer objeto artístico, o tempo também está presente interferindo diretamente na nossa percepção. Nesse percurso, o espaço é outra categoria decisiva para a percepção do visitante. Todo olhar, por mais ingênuo ou eficaz que seja, exige um tempo e um espaço. E quando falamos de obras de arte essa noção torna-se essencial. O tempo de apreciação da arte precisa ser experimentado na sua totalidade, ou seja, usamos o momento para fazer relações, comparações, analisar, questionar, desconfiar ou simplesmente sentir uma impressão. O espaço, por outro lado, garante ambientação, formalidade, deslocamento, atenção e infinitas experimentações articuladas com o tempo.

Foi a partir dessa percepção do tempo e do espaço como categorias decisivas

para a percepção que resolvemos investigar como as artes habitam² a internet, um ambiente onde tempo e espaço assumem outras dimensões. Há museus que comunicam suas atividades ao público através de sites³. Outros registram exposições e apresentam fotografias de seu acervo físico como é o caso do MAC Virtual⁴, o site do MAC USP (Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo). Há ainda casos em que o museu simplesmente cria um catálogo on-line do seu acervo e apresenta algumas informações institucionais. Existem ainda aquelas iniciativas, como é o caso do Biennale 3000 São Paulo⁵, uma bienal digital paralela à Bienal oficial, realizada entre 7 de outubro e 13 de dezembro de 2006, e que permite ao visitante enviar textos, imagens e vídeos para exposição. Trata-se de uma “bienal numérica, planetária, participativa, uma bienal sem seleção e, por consequência, verdadeiramente democrática!”⁶. Ainda nessa tendência de usar a internet para apresentar obras artísticas, encontramos espaços digitais concebidos especificamente para apresentar a chamada arte digital⁷. Temos ainda iniciativas que

² **Habitar** é um verbo normalmente utilizado para definir a ocupação de um território físico por um corpo vivo, dando a idéia de estar presente, permanecer, morar e povoar. Nesta pesquisa, usamos o verbo para o campo da comunicação, da educação e da internet, dando a idéia de estar presente, permanecer, morar e povoar, não como um corpo vivo, mas como mensagens, idéias, processos, hábitos e valores que circulam no ambiente digital em função de seus usuários. Ter uma página na internet, receber e enviar mensagens, divulgar uma imagem com ou sem texto são formas de ocupar a rede mundial de computadores. A primeira vez em que vimos associar o verbo com a comunicação foi no título da disciplina “As formas comunicativas de habitar”, ministrada pelo professor e doutor Massimo di Felice, da Escola de Comunicações e Artes da USP, o que nos motivou a adotá-lo nesta pesquisa. O interesse em pesquisar o ambiente digital foi estimulado por um curso ministrado pelo mesmo professor chamado “Realidades digitais, tecnologias comunicativas, mundo do trabalho: mudanças e novas oportunidades”, realizado em 2005 pelo Centro de Pesquisa da Opinião Pública em Contextos Digitais, CEPPOP-ATOPOS, com o apoio do Circolo Laziale di San Paolo.

³ **Site** ou **sítio** é um conjunto de páginas na internet num determinado endereço com acesso através de programa de computador denominado “navegador” como Microsoft Internet Explorer e Mozilla Firefox. Os sites compõem o que hoje conhecemos como rede mundial de computadores e pode apresentar diversos tipos de conteúdo e recursos, dependendo de seu autor, pessoa, comunidade ou corporação, e também de seus visitantes que, em muitos casos, podem participar publicando conteúdo num sistema concebido para a colaboração.

⁴ Acesso na internet pelo endereço <http://www.macvirtual.usp.br>

⁵ Acesso na internet pelo endereço <http://www.biennale3000saopaulo.org>

⁶ Biennale 3000 São Paulo, <http://www.biennale3000saopaulo.org/editorial.htm>, acesso em 3/01/2008.

⁷ **Arte digital** é qualquer manifestação artística concebida no ambiente digital dos computadores. Também recebe o nome de *net art*, *web art*, vídeo arte. Sempre há um processo digital envolvido para a

simulam um museu físico com edifício, salas, corredores, arquivos, recepção e todas as preocupações arquitetônicas para abrigar a arte real virtualmente. É o caso do MUVA (Museo Virtual de Artes El País)⁸, criado para registrar, expor e divulgar o que há de mais significativo em arte no Uruguai. Se fosse construído fisicamente, segundo os organizadores, seria preciso mais de 40 milhões de dólares, uma quantia inacessível para a realidade uruguaia⁹.

Nesse contexto do universo digital, onde as artes estão presentes, vale pensar a afirmação de Castells: “Internet é sociedade”¹⁰. Na medida em que a rede mundial de computadores expressa os vários processos sociais, com seus agentes e valores, fica difícil discordar dessa noção integradora de duas realidades. Por outro lado, a percepção do tempo e do espaço na internet é diferente se comparada com a da sociedade. Portanto, surge a questão: será que podemos ter essa noção integradora de realidades diferentes? Será que são realidades realmente diferentes? Independente de uma negação ou afirmação, nosso interesse é partir dessa reflexão para entender e explicar como se dá os processos de comunicação das artes no mundo digital em rede.

Portanto, convidamos você, leitor, a conhecer melhor a nossa sociedade numa perspectiva comunicacional através dos museus de arte na internet. Com esse percurso, vamos decifrar as possibilidades culturais, aproximações e distanciamentos para uma integração da América Latina mais comprometida com todas as instâncias do cotidiano, incluindo os interesses econômicos do comércio internacional, as negociações e os acordos políticos, temas constantemente abordados em outras pesquisas, mas também

produção de pinturas, gravuras, arquiteturas, animação.

⁸ Acesso na internet pelo endereço <http://muva.elpais.com.uy>

⁹ “Como se hace el Muva”. MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/muva.html>, acesso em 03/01/2008.

¹⁰ CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 286.

e sobretudo, vamos considerar os gostos diferentes, as formas de significar e todas as manifestações culturais de leitura e expressão do mundo através das artes na internet.

Como a nossa análise insere-se no campo da Comunicação e Cultura, tendo o PROLAM/USP (Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina) como um dos grandes fomentadores no estudo comparado de teorias e processos de comunicação na região latino-americana, optamos pela linha de pesquisa ao abordar o tema das cenografias das artes em museus desenvolvido no Programa pela professora e doutora Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves, que contribuiu como orientadora deste trabalho com reflexões, comentários e bibliografia. Junto com ela, o professor e doutor João Augusto Frayze-Pereira também colaborou por meio de aulas da disciplina Recepção Estética em Museus de Arte, ministrada por ambos na ECA USP no segundo semestre de 2006, e que influenciaram fortemente as reflexões realizadas nesta dissertação.

No nosso percurso metodológico, que garantiu operacionalizar a observação da realidade das artes, refletimos sobre as dificuldades da pesquisa, contribuindo para outros estudos semelhantes ou complementares ao nosso no PROLAM/USP e em outros programas. Mostramos a pesquisa, portanto, a partir de um problema cenográfico de exposição das artes, fundado numa base teórica do campo comunicacional, social e estético, e com algumas hipóteses que afirmam a comunicação das artes pela rede mundial de computadores sem perdas estéticas, artísticas e históricas em dois países da América Latina: Brasil e Uruguai. Essas três fases (problema, teoria e hipótese) do nosso estudo são articuladas para compreender, observar, analisar e explicar como as artes habitam a internet.

Considerando o caráter formador dos museus e o contexto do espaço digital, desenvolvemos esta pesquisa partindo da observação de conceitos e paradigmas até chegar ao nível operacional e prático. Num primeiro momento, escolhemos o processo

dedutivo como recurso metodológico para olhar a realidade, partindo de formulações abrangentes e teóricas para compreender casos particulares envolvendo duas ações museológicas: MAC Virtual, no Brasil, e MUVA, no Uruguai.

O processo metodológico pela dedução não significou, entretanto, que abandonamos as induções como recurso de pesquisa pois compreendemos que a validação de nossa reflexão deve permitir se chegar à teoria a partir de casos particulares. Consideramos válido a realidade nos levar à teoria (indução) e esta nos permitir olhar a experiência concreta (dedução). Com essa postura metodológica, com dedução e indução, procuramos dar voz ao nosso objeto de estudo, inserido-o num contexto vivo e dinâmico, ou seja, numa noção mais próxima da realidade.

Na delimitação do problema da pesquisa, questionamos nosso objeto através de algumas indagações relevantes para estruturar nossos objetivos a partir de algumas hipóteses. Como formulação mais genérica de nosso problema, nossa pesquisa visa desvendar a comunicação dos museus na internet por considerar essa tecnologia estratégica para aproximar o cidadão das artes. Mais especificamente, investigamos como as artes habitam essa tecnologia de informação e interação porque estamos interessados na capacidade comunicativa e dialógica da ação museológica digital.

Com o desenvolvimento da pesquisa, entretanto, muitas questões conduziram reflexões que se mostraram frágeis porque o MUVA, um dos museus escolhidos para a observação empírica, implantou outra tecnologia e inaugurou um novo museu na internet chamado MUVA II. Na comparação com o outro projeto digital, o MAC Virtual, tivemos que rever vários critérios adotados, o que nos levou a uma revisão metodológica. A partir da nossa problemática, das referências teóricas e desses acontecimentos, decidimos buscar uma metodologia de pesquisa mais adequada às mudanças constantes que a internet se submete a cada dia. Percebemos que a

metodologia da dedução, adotada inicialmente no plano da pesquisa, se mostraria insuficiente para dar conta de uma realidade com mudanças tecnológicas capazes de alterar a maneira como nos aproximamos das artes.

Se a realidade nos aparece de forma dinâmica, olhar para ela de forma dedutiva a partir de uma ou mais teorias se mostraria bastante estática e não seria eficaz para fazer o caminho de volta num processo indutivo, ou seja, seria quase impossível formular uma reflexão teórica mais estável a partir da observação da realidade. Mesmo a combinação entre dedução e indução mostrou-se improdutiva na hora de articular teoria e realidade concreta porque a especificidade da internet, como diz Castells, é que ela constitui “a base material e tecnológica da sociedade em rede”¹¹, o que nos coloca um desafio ainda maior para apreender o mundo digital das artes. Diante dessas dificuldades metodológicas para apreender a realidade dinâmica a partir de um caminho teórico, procuramos uma característica mais reveladora para uma abordagem mais adequada do nosso objeto de estudo — a capacidade de mudança. A internet que investigamos traz, portanto, esse aspecto não apenas na sua base tecnológica, mas também na sua base material com textos, imagens e funcionalidades, fortemente ligados à sociedade através dos usuários de computadores conectados à rede mundial de computadores.

Diante dessa percepção, encontramos o método dialético como um caminho mais fecundo para as nossas inquietações:

“Se a sua opção for o método dialético você deve partir das contradições existentes nos fenômenos e discutir seu problema de pesquisa considerando as mudanças que ocorrem na natureza, na sociedade, nas ciências e nas tecnologias”¹².

¹¹ CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 286

¹² VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. *Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica*. São Paulo: EPU, 2001, p. 151

Ao adotar o método dialético, passamos a considerar que a realidade está em constante processo de transformação, evitando percepções acabadas, definitivas ou absolutas. Para que essa visão faça sentido, precisamos compreender que a realidade afirmada (tese) traz em si a mudança, ou seja, a sua negação (antítese), gerando uma nova situação (síntese) que se torna uma tese num processo sempre mutável e infinito.

Foi justamente esse movimento o que aconteceu na nossa pesquisa. A partir da realidade afirmada, a tese do museu virtual que realiza a comunicação das artes com determinada forma, fizemos uma série de análises críticas que poderiam ser vistas como negação ou antítese da realidade percebida. Com a inauguração do novo museu, o MUVA II, tivemos uma espécie de síntese, podendo ser vista como nova tese que produziria outra antítese e assim sucessivamente. A mudança dialética acontece pela força da interpenetração dos contrários, compreendida como a contradição existente na natureza e que é interna e inovadora¹³. Esta pesquisa, portanto, insere-se como uma crítica à realidade vista como tese, gerando uma síntese com potencial para tornar-se outra tese como contribuição para a comunicação das artes.

Percebemos também na pesquisa, principalmente nas entrevistas, que o nosso objeto de estudo deve ser explicado a partir de sua integração. Foi preciso compreender como investigador dialético que o problema da pesquisa não está isolado de seu contexto¹⁴, exigindo uma visão articulada entre o objeto e a realidade em que se insere.

Optamos também por não privilegiar de forma demasiada números, gráficos, estatísticas ou outros dados quantitativos. Embora tenham sido utilizados, receberam

¹³ Ibidem, p. 152

¹⁴ Ibidem, p. 152

um valor moderado na pesquisa. Entendemos que “é inerente ao processo dialético a passagem da quantidade à qualidade”¹⁵ pois o nosso interesse está na construção de significados que sejam flexíveis para contemplar as mudanças.

Com a definição do processo dialético para conduzir a pesquisa e com o objetivo de investigar a comunicação dos museus na internet, voltamos a questionar nosso objeto de estudo a partir do quadro teórico de referência. Vianna nos lembra que a “formulação de hipóteses leva em conta o quadro teórico em que se funda o raciocínio”¹⁶ e foi justamente isso o que fizemos ao procurar responder às questões com algumas afirmações. Com as hipóteses levantadas, foi possível observar a realidade e tirar algumas conclusões.

Essa operação metodológica, fundada em hipóteses, nos ajudou a confirmar ou negar nossas afirmações. As hipóteses nos permitiram fazer a mediação entre o raciocínio teórico e a realidade e por isso foram estruturadas em várias outras como um sistema complexo. Em outras palavras, com as hipóteses, buscamos uma estratégia de investigação para fazer a conexão entre teoria e fatos. Ficamos atentos também para não confundir as hipóteses com os pressupostos¹⁷ da pesquisa, garantido ao adotarmos o método dialético. Com essa postura, acreditamos que a pesquisa não ficou fixa em verdades e tem maior eficácia para lidar com o novo.

Como primeira questão, indagamos se as artes podem ser comunicadas pela

¹⁵ Ibidem, p. 152

¹⁶ Ibidem, p. 161

¹⁷ Severino nos alerta nessa preocupação: “É preciso não confundir hipótese com pressuposto, com evidência prévia. Hipótese é o que se pretende demonstrar e não o que já se tem demonstrado evidente, desde o ponto de partida. Muitas vezes, ocorre esta confusão, ao se tomar como hipóteses proposições já evidentes no âmbito do referencial teórico ou da metodologia adotados. E, nestes casos, não há mais nada a demonstrar, e não se chegará a nenhuma conquista e o conhecimento não avança” (SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2000, p. 161)

rede mundial de computadores sem perdas estéticas, artísticas e históricas. Diante dessa indagação, apostamos numa resposta afirmativa que deve ser confirmada ou negada a partir da observação da realidade. Se as artes podem habitar a internet de maneira adequada como hipótese, precisamos saber como esse processo comunicacional dos museus virtuais se desenvolve. Também questionamos em que medida podemos nos apropriar da internet para garantir uma experiência estética e promover um envolvimento com as artes, respeitando vantagens e limites ainda desconhecidos da rede mundial. A partir dessa pesquisa, portanto, consideramos necessário sabermos quais parâmetros a comunicação museológica deve adotar ao eleger a internet como espaço das artes.

Como hipótese, portanto, consideramos a internet um meio de interação e comunicação capaz de lidar com a arte de maneira adequada. Primeiro porque nosso contato com a arte já é, em grande parte, mediado pela instituição do museu. Ou seja, mesmo quando apreciamos presencialmente uma obra, nosso envolvimento acontece através de inúmeros recursos como a arquitetura do museu, a cenografia da exposição, os folhetos e catálogos, as visitas monitoradas e os textos disponíveis nos sites e na imprensa. Definitivamente não temos um contato direto com a arte mesmo presencialmente.

Além dessa mediação, em segundo lugar, temos atualmente o contexto tecnológico da internet como uma forma de sociedade, incluindo aí a instituição museológica e todos os agentes envolvidos, de artistas a visitantes, passando pelos curadores, galerias, órgãos fomentadores, universidades, imprensa, críticos e historiadores da arte. Sem dúvida, o impacto de uma obra é maior quando está presente num determinado ambiente, com certa luz e outros recursos cenográficos. Entretanto, essa estratégia de exposição pode não garantir a comunicação intencionada da mensagem curatorial.

Por outro lado, na internet temos inúmeros recursos de comunicação e interação que também podem agir de forma ineficiente. Portanto, precisamos relativizar o presencial como categoria superior ao virtual se quisermos examinar a possibilidade da internet como estratégia para aproximar a arte do público de maneira adequada.

A partir desses territórios — presencial e virtual —, buscando aproximar o público da arte com certo envolvimento, por que privilegiar a eficiência de um em relação a outro? Consideramos que cada espaço tem suas características com potencial para aproximar e envolver por estratégias e impactos diferentes. Diante de uma escultura, por exemplo, podemos apreciar fisicamente a peça e perceber inúmeros aspectos da sua materialidade, mas as artes não podem ser identificadas apenas à produção de objetos. O “fazer” também significa cumprir, executar, produzir e realizar, como veremos com Pareyson¹⁸. Ou seja, o “fazer” artístico ultrapassa o próprio objeto para atingir o espírito humano e toda a sua dimensão histórica, social, política e cultural.

Através de um computador, por outro lado, teremos tudo reduzido a um monitor. Pinturas, instalações, esculturas, gravuras e outras criações são representadas por imagens fotográficas digitalizadas a partir de um determinado ângulo e iluminação em cenários virtuais realizados com certo contexto e determinada forma. Textos, artigos, comentários, links¹⁹, dados de referência, descrições e outras informações completam a exposição da arte na rede. A internet como tecnologia da informação comporta um fazer fotográfico, uma escolha de ângulos, uma execução de cenários, uma redação e edição, sem falar dos recursos tecnológicos que dão movimento, graça e outras vezes podem criar até barreiras na apreciação efetiva de uma obra. Enfim, as artes se realizam na internet pela produção de um site que poderíamos chamar de museu virtual.

¹⁸ PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

¹⁹ Ver “hipertexto” em **Glossário**.

Contudo, a arte também não é um “fazer” qualquer que possa ser realizado na matéria ou virtualmente. Inúmeras atividades humanas, longe do fazer artístico, também se realizam na rede mundial. É preciso, portanto, especificar esse “fazer” para além de todas as atividades possíveis porque a arte, como diz Pareyson, também é invenção. Neste raciocínio, a arte não é execução de qualquer coisa ideada ou a realização de um projeto, ou ainda a produção segundo regras dadas ou predispostas. A arte é um certo fazer que, enquanto faz, inventa “o por fazer e o modo de fazer”²⁰.

Pensamos que, tanto presencialmente quanto na internet, a forma da arte pode se realizar como um “fazer” e também como um “inventar”, permitindo, na estética de Pareyson, uma exposição de obras de forma absolutamente original. Independente do território explorado, num edifício concreto ou num site na internet:

“a atividade artística consiste propriamente no ‘formar’, isto é, exatamente num executar, produzir e realizar, que é, ao mesmo tempo, inventar, figurar, descobrir”²¹.

É justamente nesse fazer inventivo e de descoberta que olhamos estrategicamente a internet como espaço público por excelência para criar uma exposição virtual da arte como uma forma artística, aproximando ainda mais o público das artes com envolvimento necessário para uma efetiva experiência estética.

Com essa abordagem, portanto, organizamos nosso percurso de pesquisa em três momentos. No Capítulo I, mostramos que a nossa relação com a arte é quase sempre mediada e o museu cumpre importante papel nesse processo comunicacional. O objetivo é caracterizar o museu e a exposição como uma forma artística capaz de impactar na recepção estética do público. No Capítulo II, os museus são apresentados no contexto

²⁰ PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1997, pp. 25-26

²¹ Ibidem, p. 26

digital, ressaltando algumas características do que poderíamos chamar de nova forma de sociedade. A proposta é examinar a presença tecnocultural no processo de inserção da arte na internet. Como recurso metodológico também analisamos o discurso dos museus para desvendar conflitos e contradições capazes de interferir na atuação dessas instituições que, além de exporem obras de arte, também difundem uma linguagem, uma ideologia, construindo sentidos por meio de textos, imagens e outros recursos próprios da internet. Ainda no Capítulo II, fazemos a síntese da inserção das artes na internet com uma reflexão sobre o tempo-espço na rede mundial de computadores. O objetivo, neste caso, é dar um salto da teoria para a realidade, caracterizando um novo espaço público para os museus através da internet. No Capítulo III, concentramos os esforços para observar, analisar e explicar a materialidade da realidade através do MAC Virtual e do MUVA à luz do percurso teórico de referência desenvolvido nos dois primeiros capítulos.

CAPÍTULO I

O espaço formador dos museus

1.1. O contato com a arte

Raramente temos uma relação direta com a arte. Nosso contato com as obras, seja um quadro, uma escultura ou qualquer outra manifestação artística, parece estar sempre mediado pelo museu e suas exposições. Dificilmente podemos pensar em arte sem considerar como esta chega até nós. Temos, portanto, uma relação específica com a obra de arte no contexto dos museus. Isso sem falar dos livros, revistas, sites, escolas que contribuem para uma determinada visão e relação com as artes.

Colecionar e expor uma coleção marca o surgimento do museu desde o helenismo como parte integrante dos palácios. No século I a.C. em Alexandria, o historiador Estrabão refere-se ao museu como um centro interdisciplinar de cultura e patrimônio que reunia todo um “complexo cultural-científico: biblioteca, observatório astronômico, jardim botânico, zoológico, salas de trabalho e estudo e anfiteatro”²².

O ideal de museu no helenismo está ligado à história da humanidade pois aspirava à conjunção de conhecimentos do homem e de saberes universais como um patrimônio cultural. Nesse contexto:

“(...) a exposição aparece como um pressuposto-chave da idéia de museu, é o meio pelo qual são reunidos e resgatados objetos carregados de informação cultural para uma recepção determinada”²³.

Atualmente, entretanto, os conceitos de museu e exposição estão mais ligados ao Século das Luzes, com o Renascimento, e às elites ilustradas, incluindo aí o clero e

²² FERNÁNDEZ, Luis Alonso. *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*. Madrid: Ediciones Istmo, 1993, p. 27. apud GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, pp.13-14.

²³ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 14.

a nobreza, quando os príncipes passam a reunir e colecionar antiguidades, tesouros de templos antigos, objetos de igrejas medievais e outras preciosidades.

A partir do século XVIII, tendo como marco a ruptura social e política da Revolução Francesa (1789), o museu se transforma numa instituição aberta ao público e com ações mais democráticas, atuando com o objetivo de valorizar a memória do passado e projetar uma perspectiva de futuro. Longe da significação religiosa, feudal e monárquica, espaços laicos foram criados para proteger o patrimônio artístico, científico e os monumentos dos atos destruidores e excessivos da revolução. A ruptura com o Antigo Regime coloca o Estado como o conservador da história da nação através de um decreto republicano que determina a reunião das obras de arte no Louvre. A partir dessa ação política, as artes são vistas como meio de instrução para as gerações, ou seja, com valor essencialmente histórico²⁴ e porque não político, social e cultural. Dificilmente fazemos uma exposição, apresentamos uma obra ou destacamos um movimento artístico para um cidadão abstrato, sem pátria, ausente de história, indiferente em gosto ou preferências.

1.2. A comunicação social da arte

A partir desse breve percurso do museu como instituição integrante da história da humanidade e como mediadora de nosso contato com as artes, podemos deduzir alguns valores que foram se desenvolvendo e assumindo diferentes características. O museu carrega um reconhecimento social como espaço público para a construção simbólica e da identidade coletiva. Portanto, há uma forte ligação com o público,

²⁴ SCHAER, Roland. *L'Invention des Musées*. Paris: Gallimard / Réunion des Musées Nationaux, 1993, p. 51-55 apud GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 16.

indivíduos que são afetados direta ou indiretamente pela arte exposta.

Com essa noção de ligação fundamental entre museu e público, temos a exposição como um campo de ação crítica e estética com função, objetivos e estratégias:

“A exposição de arte é uma apresentação intencionada, que estabelece um canal de contato entre um transmissor e um receptor, com o objetivo de influir sobre ele de uma determinada maneira, transmitindo-lhe uma mensagem”²⁵.

A exposição, assim, é um espaço onde se constrói sentidos com um determinado objetivo e com certa forma a partir de uma maneira autorizada pela instituição do museu e, de certa forma, legitimada socialmente pelo público. Os museus, portanto, mantêm seu espaço formador por meio de uma comunicação social da arte. É no último quarto do século XX que ocorrem os primeiros esforços para teorizar as exposições “pensadas como meio de comunicação entre o espectador e a arte”, ampliando o contexto cultural para uma construção simbólica ilimitada²⁶.

Nessa perspectiva comunicacional, qualquer mensagem pode ser veiculada: a vida de um artista, de um movimento ou coletividade, o gosto localizado num período e região, um problema ou qualquer tema de pesquisa ou inspiração de interesse social, artístico ou político. Mas nenhuma mensagem está descolada do tempo e do espaço se a entendemos como uma realização no receptor historicamente localizado. Com essa preocupação, o ato de expor não se limita ao objeto artístico nem à capacidade do visitante. Um intenso diálogo precisa ser estabelecido entre a obra, o curador da exposição, o momento social, cultural, político e econômico onde se insere o museu e a formação das pessoas, tudo articulado em torno do percurso do público. Expor, nesse

²⁵ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 29.

²⁶ Ibidem, p. 32.

sentido ampliado, exige uma percepção do visitante:

“Raras vezes o objeto, em si mesmo, é suficiente para remeter imediatamente os visitantes aos valores trabalhados na exposição. Relações precisam ser estabelecidas pelo público para se chegar a uma compreensão da mostra. Para tanto, o espectador, de antemão, precisa ter — ou adquirir por via da exposição — informações sobre o objeto exibido. Ele precisa, também, captar quais os paradigmas que norteiam o conceito de arte num determinado momento da história, quais as tendências da época em que se insere a obra; e deve conhecer algo sobre o seu contexto social (...)”²⁷.

A exposição, portanto, não é feita apenas de objetos artísticos. Sua dimensão e significados ultrapassam as obras apresentadas e exigem a presença do visitante para concretizar a percepção e a compreensão por meio de informações e formas de difundi-las. Portanto, a exposição evoca um diálogo permanente com a educação e a comunicação como dois campos numa interseção²⁸. O museu é um espaço formador ao lidar com valores, conceitos e paradigmas numa relação estabelecida entre curador, obra e público, mas também é um meio de comunicação ao difundir tendências, preferências e gostos com o objetivo de influir e ser influenciado de uma determinada forma.

²⁷ Ibidem, p. 34.

²⁸ O encontro entre os campos da educação e da comunicação tem ampla pesquisa nas universidades brasileiras com o nome “educomunicação”. Na USP, é tema de estudo no Núcleo de Comunicação e Educação, coordenado pelo professor e doutor Ismar de Oliveira Soares, e faz parte do programa de especialização *lato sensu* em Gestão da Comunicação, na ECA USP, do qual fui bolsista entre 2004 e 2005. Embora não seja objeto nesta dissertação, adoto o termo “comunicação” influenciado fortemente pela educomunicação como um processo dialético capaz de impactar não apenas no receptor de uma mensagem mas também no emissor e nos meios utilizados, constituindo um ecossistema comunicacional capaz de promover educação pela comunicação, próxima da teoria de Habermas, ou seja, como aquela ação “voltada para o entendimento: baseia-se num processo cooperativo de interpretação, no qual os participantes se referem simultaneamente a ações no mundo objetivo, no mundo social e no mundo subjetivo” (RÜDGER, Francisco. *Comunicação e teoria social moderna*. Porto Alegre: Fênix, 1995, p.83

1.3. A forma artística da comunicação

Se exposições e museus podem ser entendidos como espaço formador e também como meio de comunicação social entre a arte e os visitantes, a arquitetura do prédio, sua decoração, os recursos variados de iluminação, o desenho cenográfico visando um percurso, a distribuição da obra no espaço e no tempo²⁹ e toda a infra-estrutura da exposição ganham relevância formativa na comunicação da arte. Informação documental, cronologias, dados técnicos, textos críticos, convites, catálogos, sites na internet, CDs, guias e outros recursos dotados de significados completam o complexo processo de comunicação da exposição e interferem diretamente na experiência do visitante e na sua recepção estética. Ampliando o conceito proposto na pesquisa de Gonçalves³⁰, podemos chamar de “cenário” o conjunto de recursos capaz de ser mobilizado pela curadoria para produzir o envolvimento do público com a arte, garantindo uma sensibilização para uma vivência estética mais intensa. A cenografia, portanto, faz parte de uma estratégia de comunicação da exposição.

Nessa perspectiva teatral da exposição de arte, o MoMA³¹, criado em 1929, serviu de modelo para a arte moderna quando “convencionou uma cenografia de paredes brancas” como espaço ideal para a exposição de arte. Nos últimos anos, entretanto, ao lado do que ficou conhecido como “cubo branco” foi se desenvolvendo outros cenários para dramatizar o contato com o visitante, principalmente nas mostras temporárias:

²⁹ Entendemos que uma obra pode ser apresentada com destaque, num tempo imediato, sem exigir muita apreciação num local de abertura e passagem; outras podem aguardar numa sala ou corredor mais distante, segurando o visitante com uma iluminação adequada para um olhar mais atento do público. Dessa forma, as obras podem ser distribuídas no espaço e no tempo.

³⁰ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 35.

³¹ **MoMA** é abreviação do *Museum of Modern Art* (Museu de Arte Moderna), sediado na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos.

“Nessas duas vertentes cenográficas — a de paredes brancas e a dramatizada com cores e outros recursos —, não há uma ação meramente instrumental ou acessória, como se verá, pondo em ativação obras de arte a cenografia comunica significados, princípios de ação museológica e paradigmas artísticos”³².

O valor estético de uma exposição vai além dos próprios objetivos comunicativos, científicos, informativos, de entretenimento ou didáticos, elevando as mostras a uma relação dialógica semelhante à ativada entre as artes e seu público. A recepção ativada nesse encontro cenográfico constrói um todo de conteúdo e forma que vai interferir na maneira como a exposição será apropriada pelo público. Temos, portanto, a exposição como “forma artística”, um fazer criativo e inventivo que articula conteúdos na sua comunicação, mas também formas como “eloquência estética”. Conteúdo e forma são mobilizados para atingir a recepção estética do visitante por meio de sua sensibilidade, emotividade e conhecimento crítico e histórico sobre a arte.

Pareyson, em outra perspectiva, ao formular sua estética da formatividade, examina as três principais definições tradicionais de arte — fazer, conhecer e exprimir³³ — que pode nos ajudar a pensar a forma artística da comunicação social dos museus. Sua análise chega a um “fazer” que vai além da simples ação concreta e material para atingir também o espírito. O “fazer” de Pareyson significa:

“(...)cumprir,executar,produzir,realizar:cumprirmovimentos de pensamento e atos práticos, executar raciocínios e ações, produzir obras especulativas e obras morais, realizar valores teóricos e valores éticos. Mas a arte é produção e realização em sentido intensivo, eminente, absoluto, a tal ponto que, com frequência, foi, na verdade, chamada criação, enquanto é não só produção de organismos que, como os da natureza, são

³² GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 40.

³³ PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1997, pp. 21-27.

autônomos, independentes e vivem por conta própria, mas também alcança ser produção de objetos radicalmente novos, verdadeiro e próprio incremento da realidade, inovação ontológica”³⁴.

Se as exposições convertem-se em criações artísticas e estas, de certa forma, “vivem por conta própria”, incrementando a realidade, é no visitante que devemos perceber a materialidade desse “fazer” que ultrapassa a ação e atinge o espírito. No fazer e na criação de objetos novos e autônomos, podemos saltar, portanto, para o observador, o leitor da obra de arte. Com Iser³⁵, ao discutir o processo de leitura, descobrimos que não podemos ignorar o outro pólo onde se realiza a obra de arte literária: a recepção estética do visitante. Para este pensador, a obra literária é mais que um texto pois só adquire vida na concreção, que não é independente das disposições do leitor. Da mesma maneira, e porque não uma exposição ou site na internet que apresente objetos artísticos com determinada forma, a obra de arte é a convergência de objeto e interpretação do objeto. Temos na arte a união entre formas da obra e percepção do espectador. A obra de arte, nessa visão, tem caráter virtual e não pode ser reduzida ao objeto nem ao espectador. Também não pode ser simplificada como forma de uma peça ou como percepção única de um indivíduo. A dinâmica da obra de arte, e porque não sua riqueza, está justamente nesta virtualidade que se atualiza constantemente e está garantida pelo visitante de uma exposição ou de um site na internet sintonizado com essas noções. A obra se atualiza constantemente pela atividade de uma consciência viva. Portanto, falamos de obra somente quando o processo de leitura e percepção acontece. A obra de arte, no limite, é a constituição do objeto na consciência do espectador quando inicia um fazer de relações, comparações, indagações e outras faculdades simples ou complexas. Uma

³⁴ Ibidem, p. 25

³⁵ ISER, Wolfgang. “El proceso de lectura”. In: WARNING, Rainer (org.). *Estética de la recepción*. Madri: Visor Dis., 1989.

exposição, portanto, pode ser compreendida como experiência estética na consciência viva do visitante. Um site na internet ou qualquer projeto digital³⁶, da mesma maneira, tem sua atualização na consciência do visitante.

A comunicação dos museus, através de suas exposições e outras ações culturais, assim como a arte, apresenta, mostra e também cria sua mensagem sem prescindir de uma forma eloqüente capaz de viabilizar sua realização como experiência estética no visitante. O fazer expositivo, como formatividade defendida por Pareyson no campo das artes, deve acontecer em sentido intensivo, buscando alcançar um alto grau de eficácia através de um esforço artístico no tempo, no espaço e com todos os recursos humanos e tecnológicos disponíveis. Eis, poderíamos dizer, o trabalho de curadoria por excelência em busca de uma determinada forma de comunicar a arte e de construir uma experiência estética, seja no visitante presencial ou naquele que, com os olhos e um mouse³⁷, visita um museu virtual na internet.

³⁶ **Projeto digital** será empregado nesta pesquisa para definir iniciativas na internet como páginas simples ou mais elaboradas, sites institucionais, informativos ou pessoais, ou ainda museus, exposições e catálogos virtuais que tenham alguma proposta planejada.

³⁷ **Mouse** é um dispositivo para a entrada de dados no computador principalmente em programas com interface gráfica. Este periférico revolucionou a interação entre o ser humano e a máquina pois sua função de movimentar e apontar o cursor do computador a partir de leves deslizes e cliques em objetos no monitor ampliou o número de pessoas usuárias dos recursos digitais.

CAPÍTULO II

Nova cena dos museus: o espaço digital

2.1. Cenografia como síntese digital

Com uma abordagem “cenográfica” da comunicação através das exposições e sua forma, a tecnologia tem papel marcante na ação dos museus uma vez que a mensagem veiculada depende do contexto cultural da sociedade para se efetivar como recepção estética do visitante. Atualmente, não podemos ignorar o momento tecnológico como um fator desencadeador de diversas subjetividades essenciais de um processo cognitivo e de comunicação, principalmente com o desenvolvimento da internet. Hoje, dificilmente, encontraremos um museu sem alguma presença digital na rede mundial de computadores.

Numa conferência proferida em 2000, Castells³⁸ examina a internet buscando ultrapassar as fronteiras tecnológicas. Para ele, a rede mundial de computadores é um meio de comunicação e de interação e, principalmente, de organização social. Ele argumenta que todos os centros consolidados da economia, política e cultura estão ou estarão ainda mais integrados pela internet, sobre a qual se baseia uma “nova forma de sociedade”, denominada pelo autor como “sociedade em rede”³⁹. Para ele, a internet não muda os comportamentos, embora os desenvolva: “os comportamentos apropriam-se da internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são”⁴⁰. Castells conclui que a “internet é sociedade” na medida em que expressa os vários processos sociais, com seus agentes e valores. Sua especificidade, diz Castells, é que ela constitui “a base material e tecnológica da sociedade em rede”⁴¹. Essa nova forma de organização social

³⁸ CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

³⁹ CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 256.

⁴⁰ Ibidem, p. 273.

⁴¹ Ibidem, p. 286.

integradora que desenvolve os comportamentos não acontece de forma harmoniosa. Temos mudanças justamente porque temos conflitos, confrontos e embates de culturas, idéias e valores num processo de interação humana. Nunca tivemos tantas mudanças em tão pouco tempo. Nunca se viu tanto otimismo e pessimismo em torno da tecnologia. Essas grandes transformações que provocam confusão e ansiedade, entretanto, diferentes de outras épocas (Helenismo, Renascimento, Iluminismo), é agravada porque não há no ser humano contemporânea a preocupação em compreender tantas mudanças. Com pouco tempo, todos querem consumir e usufruir rapidamente das facilidades tecnológicas.

O universo digital, com todas as suas características, traz vantagens e também barreiras. Com as mudanças tecnológicas e suas conseqüências na vida humana, não podemos ignorar as transformações no modo de se comunicar das pessoas. Não se trata apenas de um efeito quantitativo de falar mais ou entre distâncias maiores, muitas vezes globais, ou ainda de ter mais acesso às informações. Trata-se de uma mudança qualitativa no modo de se conceber a própria comunicação e de colocá-la como uma forma de existência humana diferenciada. As tecnologias da informação, nesse sentido, traz implicações para todas as instâncias da sociedade. Como nossa pesquisa investiga o universo digital das artes, todo esse contexto contemporâneo e pós-moderno institui uma preocupação sobre o processo de comunicação dos museus na rede mundial de computadores. Atualmente, teremos dificuldades em encontrar uma instituição museológica sem alguma informação publicada na internet ou que ainda não tenha pensado em catalogar e disponibilizar seu acervo de forma democrática a um público maior através da internet. Pierre Lévy, ao examinar o “grande hipertexto⁴² social”,

⁴² **Hipertexto** é um texto que suporta a conexão a outros conteúdos por meio de palavras-chave ou imagens clicados. Sua principal característica é a lógica não-linear de construção de significados, permitindo ao visitante de uma página na internet, por exemplo, trilhar seu próprio caminho com total liberdade, pelo menos aquela permitida pelo projeto digital. No trecho “grande hipertexto social”, Lévy parece usar o

destaca que o seu propósito “(...) consiste antes de mais nada em designar as tecnologias intelectuais como um terreno político fundamental, como lugar e questão de conflitos, de interpretações divergentes”⁴³.

O processo de significação do mundo através do conteúdo museológico, mediado pela tecnologia, exige uma atenção para as divergências e tendências como uma força política se buscamos certa autonomia nos museus. Ao falarmos de comunicação das artes através da internet não podemos nos arriscar em considerar essa preocupação como apenas técnica, acessória, instrumental ou ainda institucional restrita ao museu, suas obras, curadores e artistas de um lado e, de outro, analistas, programadores e técnicos de informática. Trata-se de uma preocupação social e política com a formação do cidadão e o acesso ao patrimônio cultural da humanidade.

Os museus, com suas exposições e mobilização de recursos cenográficos, não estão fora dessa “sociedade em rede” com os vários processos sociais, seus agentes e valores. Se nas duas vertentes cenográficas — a de paredes brancas e a dramatizada —, como demonstramos no Capítulo I, não temos uma “ação meramente instrumental ou acessória”⁴⁴ na mobilização de todos os recursos semânticos da cena nos museus, podemos deduzir que a relação construída entre a exposição e os visitantes exige um contexto social, cultural, político e tecnológico materializado numa cenografia artística e também social mais complexa e principalmente articulada com o público de interesse. Gonçalves associa esse movimento da história com a diversidade dos visitantes:

“Os novos museus que se constroem a partir dos anos 70 vão

termo figurativamente para expressar a articulação complexa da sociedade em rede.

⁴³ LÉVY, Pierre. “Por uma tecnodemocracia”. In: *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informação*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995, p. 187

⁴⁴ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 37-40.

tornar-se instrumentos para a consagração da nova museologia, aquela que leva em conta a heterogeneidade do grande público que se quer atrair. Buscam-se novos métodos e tecnologias de comunicação e procura-se marcar com dinamismo sua ação cultural. Universalizam-se assim, por meio dos novos museus, os princípios de uma museologia contemporânea”⁴⁵.

Se com os novos museus temos uma atuação comunicacional através dos seus conteúdos e também por meio da eloquência estética das exposições, também podemos concluir que a cenografia se constitui como uma síntese de conteúdo e forma, ou mensagem e meio. Pareyson, na sua estética, aponta para essa fusão no campo das artes: “É preciso não esquecer que na arte o conteúdo entra, precisamente, sob forma de arte, isto é, arrastado pelo gesto formativo do artista”⁴⁶. Para ele, o fazer artístico, ou melhor, o fazer formativo é uma “vontade expressiva, significativa e comunicativa”⁴⁷. Em outras palavras, forma e conteúdo sintetizam na cenografia a forma artística como vontade comunicativa, significativa e expressiva a um só tempo.

Portanto, podemos pensar na cenografia como uma vontade “expressiva, significativa e comunicativa” também no meio digital como a internet, resultado de uma nova forma de sociedade sendo habitada pelas artes, pelos artistas e museus com todos os seus recursos para as exposições. Agora, entretanto, a cena é digital, respondendo à sociedade mas também à tecnologia, e ambas à comunicação social da arte.

2.2. A arte no espaço virtual

Sodré, ao propor uma reinvenção da cultura, nos ajuda a pensar sobre a

⁴⁵ Ibidem, p. 78.

⁴⁶ PAREYSON, Luigi. Os problemas da estética. São Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 68

⁴⁷ Ibidem, p. 68

comunicação da arte diante do contexto da tecnocultura. Para esse pensador, a tecnocultura:

“é uma designação, dentre outras possíveis, para o campo comunicacional enquanto instância de produção de bens simbólicos ou culturais, mas também para a impregnação da ordem social pelos dispositivos maquínicos de estetização ou culturalização da realidade. Isso tudo sugere uma espécie de reinvenção da cultura.”⁴⁸.

É nesse processo impreciso de mudança cultural ou de cultura em movimento para uma reinvenção que o “(...) o ciberespaço e a realidade virtual oferecem-se como uma espécie de laboratório metafísico, questionador do sentido do real.”⁴⁹. Questionar o real diante dos museus virtuais pode decifrar tanto a produção de bens simbólicos como a ordem social que viabilizam uma exposição de arte ao público. No universo da cultura, não se busca a acumulação econômica, mas o controle dos recursos de significação e o museu insere-se nesse papel por meio de sua comunicação social da arte. A mercadoria cultural, na perspectiva de Sodr, tem preo de mercado e muda sua condio de trabalho criativo com a integrao capitalista que tem como objetivo maior a formao e o controle do espao mercadolgico. Temos repetio, seriao, ampliao do mercado, transnacionalizao e monoplio com a tecnocultura. Sodr explica ainda que o “produto destina-se a coincidir com a prpria expresso do desejo pblico, para permitir a completa realizao do valor do capital”⁵⁰.

No esperamos com essa viso tecnocultural de Sodr olhar para o museu e suas aes como uma mercadoria. Tambm no pretendemos posicionar a arte

⁴⁸ SODR, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicao e seus produtos*. Petrpolis, RJ: Vozes, 1996, p. 7

⁴⁹ Ibidem, p. 8

⁵⁰ Ibidem, p. 115

num contexto mercadológico com a troca de valores financeiros. O objetivo maior é examinar como as artes habitam a internet e se temos alguma presença tecnocultural nesse processo. Talvez assim tenhamos um caminho para uma exposição virtual⁵¹ mais autônoma em relação ao capital e adequada aos parâmetros curatoriais e artísticos para comunicar socialmente a arte no ambiente digital. Sobré, refletindo sobre a força do mercado, sugere uma reinvenção para a construção de significados:

“O desafio da produção simbólica, na verdade o desejo humano de sensibilidade profunda em face do real, é hoje levar a obra a gerar suas demandas fora da sistematização requerida pela realização do valor do capital (que comanda desejos/necessidades, codifica as diferenças e faz do imaginário mera alavanca de consumo) no interior de um espaço social mediatizado, em que a tecnologia já parece capaz de produzir o seu próprio discurso sobre o mundo. E em que a estetização generalizada da vida social tende a uma apologia paralisante do que existe e se põe a serviço exclusivo do mercado”⁵².

Em outro caminho, mas igualmente envolvido na construção de significados na cultura, ao discutir o fim da História da Arte ou de uma maneira de se realizar essa atividade, Belting⁵³ nos convida a confrontar o contemporâneo com o moderno se quisermos investigar com responsabilidade os projetos de exposição ou comunicação na internet. Se o museu moderno era o lugar das belas-artes, atemporal, com ideal de arte autônoma, universal, onde os novos movimentos eram apresentados, e o Estado era o portador da representação, agora o museu contemporâneo é o lugar de diversas artes como teatro, filmes e atividades como congressos e outros encontros; virou um

⁵¹ **Exposição virtual** pode ser compreendida como um site, com a diferença de apresentar as imagens de obras de arte como quadros, esculturas e fotografias como uma criação artística e apoiando-se nos diversos recursos oferecidos pela internet e, principalmente, num projeto curatorial.

⁵² SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996, p. 129

⁵³ BELTING, Hans. *O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois*. São Paulo: Cosac Naif, 2006.

espaço híbrido. O novo museu satisfaz desejos de criação dos organizadores e de entretenimento e informação do público. Não mantém um perfil exclusivo e segue as leis do mercado, reduzindo a arte a mera mercadoria. A exposição parece ocupar o lugar de todas as informações sobre arte e história; temos uma espécie de fusão numa situação de palco. Esse confronto articulado por Belting revela um museu que trabalha por um ideal único de arte e História da Arte e que pode armazenar tudo como num grande banco de dados através de tecnologias e outros recursos contemporâneos.

Fora da sistematização do capital, abordada por Sodré e Belting, significa olhar para a comunicação do museu na internet de maneira estratégica, ou seja, visando aproximar as artes do público não como simples relação de consumo ou como pretexto tecnológico. Talvez assim seja possível encontrar uma forma de habitar a internet de maneira mais autônoma, consciente e articulada com uma mensagem apropriada sobre a arte. O real, assim, precisa ser revisto e questionado como produto tecnocultural a fim de revelar suas tramas sociais, econômicas e culturais. O museu virtual⁵⁴ é real mas, antes de tudo, é produto de um processo social que o viabilizou; e também resultado de uma demanda do público que está inserido na lógica de consumo, na aquisição de bens culturais e na experimentação simbólica da instrumentalização capitalista da comunicação que deveria ser mais social do que mercadológica.

2.3. Linguagem na arena dos museus

Ao refletirmos sobre como as artes habitam a internet, a força da linguagem não pode ser ignorada de uma análise porque boa parte dos museus virtuais, além de

⁵⁴ **Museu virtual** pode ser entendido como qualquer iniciativa digital dentro ou fora da internet com o objetivo de aproximar a arte do cidadão, preservando a memória e o patrimônio. Contudo, nossa pesquisa visa examinar apenas os projetos envolvendo as artes em funcionamento na rede mundial de computadores e que apresentem alguma proposta curatorial.

apresentarem fotografias de obras e acervos, apóiam-se na palavra escrita como recurso de comunicação social. Seja apresentando a proposta do museu, destacando uma obra na história ou registrando a vida de um artista, a linguagem está sempre presente para construir um universo estético capaz de aproximar ou afastar a arte do público. Essa oscilação para garantir ou não o envolvimento do público sugere certa autonomia da palavra no campo da Filosofia da Linguagem⁵⁵ que precisa ser investigada.

Falar em comunicação social dos museus tem relevância apenas se concebermos a linguagem como uma estrutura histórica, social, dinâmica e limitada. Histórica e social porque mantém forte ligação com a relação dos indivíduos localizados no tempo e no espaço, negando qualquer noção absoluta ou estável de língua. Dinâmica se entendermos que ela integra um processo de evolução ininterrupto entre os interlocutores ao refletir e refratar a realidade. Limitada quando a compreendemos como suporte da realidade, ou seja, como fenômeno ideológico capaz de oscilar entre uma interação verbal mais fiel ou não à realidade, distorcendo ou não a percepção que temos, os valores que adotamos e as ações que praticamos.

Se pretendemos estudar como as artes habitam a internet, precisamos olhar para a palavra e a linguagem numa perspectiva dinâmica e social como espaço de luta, forças e preferências. Tomar consciência dessa articulação entre realidade e linguagem pode ser condição para uma autonomia comunicacional dos museus. Perceber deformações e adequações pode ser decisivo para habitar a internet como uma forma artística adequada capaz de envolver o público efetivamente.

⁵⁵ Bakhtin explica que a linguagem exige um contexto social para formar na consciência a realidade ideológica como superestrutura que regulariza as relações de produção e é dependente de uma infraestrutura econômica. Essa noção serve de crítica à filosofia idealista e ao positivismo psicologista que situam a ideologia na consciência e em suas leis, isentando a sociedade de qualquer responsabilidade na construção de significados. Nesta pesquisa, essa noção nos ajuda a perceber que a linguagem utilizada nos museus virtuais tem sua formação associada fortemente à sociedade. Conferir BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992.

O desafio, portanto, é interferir nesse processo de comunicação social com o dialogismo da palavra para estruturar um sentido marcado pela cidadania, pela perspectiva política e por uma demanda social e cultural na arena dos museus. Assim, o espaço público e institucional dos museus pode ser entendido como um campo de batalha, de confronto e de prevalência dos valores, tendências e posicionamentos legitimados. Comunicar deixa de ser simples transmissão de mensagens para se constituir como seleção, troca e criação de significados.

Sujeito e sentido, nessa perspectiva, não existem a priori, mas a partir de uma “interpelação ideológica”⁵⁶ capaz de revelar pela análise do discurso. O museu e sua atuação através das exposições pode ser compreendido como mensagem, mas também como espaço social e cultural passível de estudo. Temos assim a materialidade do museu e de sua forma de apresentar a arte ao público que vai além de uma publicação de imagens de seu acervo na internet. O museu virtual materializa-se na conjunção ideológica e estética da sua mensagem institucional e curatorial. Podemos afirmar como horizonte de uma investigação sobre o discurso que:

“(...) as palavras, expressões, proposições mudam de sentido segundo posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que significa que elas tomam o seu sentido em referência a estas posições, isto é, em referência às formações ideológicas (...) nas quais essas posições se inscrevem”⁵⁷.

Em outra perspectiva, discutindo os veículos tradicionais de comunicação como jornal e televisão, podemos entender que a linguagem também desempenha o papel de encobrir ou esconder quando busca a objetivação como forma:

⁵⁶ A noção sugere um confronto de idéias e sentimentos para dar existência aos sujeitos envolvidos e aos sentidos construídos. Consultamos BRANDÃO, Helena Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Unicamp, 1991, p. 62.

⁵⁷ PÊCHEUX apud BRANDÃO, Helena Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Unicamp, 1991, p. 62

“Toda objetivação, ao dar a ver publicamente algo que se sentia de forma confusa, produz o efeito segundo de ‘encobrir’ não só quem objetivou (com que interesses e obedecendo a quais estratégias), mas também as condições sociais que permitiram a objetivação”⁵⁸.

Vale ressaltar que a cena digital dos museus não se apresenta apenas pela linguagem ou por uma visão simplificada de comunicação social. Todos os recursos imagéticos e estéticos podem estar mobilizados de acordo com a linguagem adotada como resposta de uma gestão de comunicação ou institucional do museu. Ao reconhecermos a importância e o papel decisivo da linguagem no contexto dos museus virtuais, não estamos ignorando a construção de sentido através de recursos visuais. Estamos apenas assegurando o papel da linguagem na articulação com o acervo museológico para a efetiva construção de significados de uma determinada comunicação social dos museus.

2.4. O espaço-tempo do museu

Ao discutir as consequências culturais da globalização, Bauman⁵⁹ destaca duas grandes polarizações sobre a experiência humana em relação ao tempo e ao espaço. O espaço, diz ele, deixou de ser um obstáculo porque “basta uma fração de segundo para conquistá-lo”⁶⁰. Os chamados “turistas” são viajantes, estão em movimento mesmo quando parados, têm poucas razões para ficarem parados e permanecerem nessa condição. O efêmero é produzido, difundido e valorizado nesse grupo. Em outras palavras, com esses valores, estamos numa sociedade do consumo. Trabalha-se

⁵⁸ BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na comunicação*. São Paulo: Moderna, 1997, pp. 64-65

⁵⁹ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

⁶⁰ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 85

para levar todos à condição de consumidor, mas nenhuma necessidade é totalmente satisfeita.

Nesta sociedade percebida por Bauman, a cultura se desenvolve pelo esquecimento e não pelo aprendizado. O cidadão quer ser seduzido como consumidor e busca sempre a satisfação e o controle. Vivemos um momento de viagem perpétua sem nunca chegar a algum lugar. O consumidor, nessa visão, é uma pessoa em movimento constante. Bauman explica:

“Todo mundo pode ser lançado na moda do consumo; todo mundo pode desejar ser um consumidor e aproveitar as oportunidades que esse modo de vida oferece. Mas nem todo mundo pode ser um consumidor”⁶¹.

O que Bauman faz é adotar um critério para analisar a sociedade e construir um modelo com dois pólos de pessoas. Para isso, adota o grau de mobilidade das pessoas, a capacidade de se mover, pensar e extrair prazer desse modo de vida. Os habitantes do que ele chama de primeiro mundo, inserem-se com o paradigma do “turista”: vivem o presente perpétuo, isolados do passado e do futuro; estão sempre ocupados e sem tempo; vivem no tempo e não importa o espaço porque pode ser facilmente transponível; é cosmopolita e extraterritorial; para eles as fronteiras dos Estados foram derrubadas, como para as mercadorias, o capital e as finanças; viajam e se divertem em primeira classes, são adulados e seduzidos a viajar; são recebidos com sorrisos; mantêm uma vida hedonística.

Já os habitantes do segundo mundo, os chamados “vagabundos”, têm abundância de tempo redundante e inútil; não controlam o tempo; vivem no espaço, pesado, resistente, que amarra o tempo; para eles o tempo é vazio e nada acontece a não ser

⁶¹ Ibidem, p. 94

o horário da TV; sofrem com os muros da imigração; tolerância zero para seus atos; sofrem com a política de ruas limpas; viajam às escondidas em terceira classe e são olhados com desaprovação; são presos e deportados⁶².

Nessa visão polarizada, o que se aclama de globalização, na verdade, gira em função dos desejos e sonhos dos “turistas” que, como efeito inevitável, querem transformar muitas pessoas em “vagabundos”. Há uma cultura — do consumo — que os une, mas o “vagabundo” é um consumidor frustrado. “Turistas” e “vagabundos” são, de certa forma, duas faces da mesma moeda. O “vagabundo”, explica Bauman, é o pesadelo do “turista”:

“O problema, porém, é que a vida dos turistas não teria nem a metade do prazer que tem se não fossem os vagabundos à volta para mostrar como seria a alternativa a essa vida, a única alternativa que a sociedade dos viajantes torna realista”⁶³.

Temos, portanto, um paradoxo: vivemos a comunicação instantânea; entretanto, vivemos a “era de uma quase total quebra de comunicação entre as elites instruídas e o populus”⁶⁴. Vivemos profundas contradições e complexidades que dividem o mundo. Na discussão aberta por Bauman não nos interessa a estratificação social provocada pela mobilidade, dividindo a sociedade entre “turistas” e “vagabundos”. Na discussão sobre como as artes habitam a internet, consideramos mais importante examinar a compressão do tempo e do espaço diante da comunicação dos museus. Como as noções de tempo e espaço interferem na comunicação da arte através da rede mundial de computadores? Já percebemos que a sociedade do consumo atua num constante esquecimento, desprezando qualquer possibilidade de aprendizado. Busca-

⁶² Ibidem, p. 96-98

⁶³ Ibidem, p. 106

⁶⁴ Ibidem, p. 110

se simplesmente ser seduzido como consumidor em constante movimento.

Ora, essa visão pode e deve estar presente nos museus virtuais que refletem a sociedade. Entretanto, é imprescindível subverter essa tendência se defendemos um museu democrático, que seja capaz de receber tanto os “turistas” quanto os “vagabundos”, que construa sentidos com determinados objetivos e certa forma estética, que permita ao visitante estabelecer relações adequadas ao projeto curatorial, e, finalmente, que garanta uma relação dialógica entre a arte e seu público. Como síntese, podemos dizer que o museu virtual deve interferir na sociedade e não apenas refleti-la.

Se o “turista” vive o presente perpétuo e o “vagabundo”, abundância de tempo, cabe à comunicação dos museus confrontar essas contradições a fim de reconhecer as outras dimensões do tempo. Não se trata de trocar o veloz pelo lento ou de privilegiar o passado, ou ainda um presente mais significativo, por exemplo. Nos parece cabível reconhecer as instâncias temporais como possibilidades da realidade, dando sentido ao redundante, destacando o que parece inútil, revendo o consensualmente visto como vazio.

Bosi⁶⁵, ao discutir a opinião e o estereótipo na relação entre pessoas, reforça essa idéia de rever para ver melhor. Na relação entre os indivíduos, diz a autora, precisamos de “(...) um trabalho paciente de limpeza e reconstituição da figura do amigo, cujos contornos procuramos salvar cada dia do perigo de uma definição congeladora”⁶⁶. Caso contrário, a imagem única nos dominará e qualquer exceção ou mínimo detalhe passará despercebido. No caso dos museus, o complexo de uma cenografia e de suas obras pode virar, como num estereótipo, algo confuso e incompreensível. A reflexão

⁶⁵ BOSI, Eclêa. “A opinião e o estereótipo”. In: *Contexto*, n° 2, mar. 77.

⁶⁶ BOSI, Eclêa. “A opinião e o estereótipo”. In: *Contexto*, n° 2, mar. 77, p. 99

e o jogo de possíveis relações viram exclusão do diferente e não troca de idéias para compreensão e construção de sentidos, aproximando a arte do público. Investigando um pouco mais a atitude, como Bosi o faz, podemos percebê-la como um sistema estável, uma organização de experiências sobre ou com um objeto, importante para olharmos para a obra de arte e sua relação com o público. Podemos compreender a atitude, nessa perspectiva, como “uma estrutura semi-aberta que é parte de um contexto mais amplo”⁶⁷. Essa percepção estruturada numa aticulação entre indivíduos e objetos é importante porque ao mudar uma parte interfere-se necessariamente no conjunto do todo. Caso contrário, se a parte traumatizada for extirpada, podemos ter uma estabilidade artificial ou deficiente, justamente o que não esperamos de uma visita ao museu. Ou ainda, quando não reestruturamos o conjunto ficamos “prisioneiros do presente”, ignorando assim, na nossa preocupação, outras formas de apreender o tempo e o espaço. Na palavras de Bosi, acabamos “(...) oscilando ao sabor dos episódios, ou apegando-se a um quadro rígido de referência”⁶⁸ para garantir uma proteção contra qualquer situação de desorientação — o objetivo é resistir a qualquer mudança. O medo aí é o da desagregação, evitando qualquer nova significação. E significar é a base de qualquer preocupação curatorial em museus.

Se o espaço é facilmente transponível pelo “turista” e amarra o “vagabundo”, cabe pensarmos numa mediação dos museus virtuais que seja capaz de lidar com o global e também com o local, ou seja, é preciso abrir novos espaços públicos onde o cidadão possa estabelecer diferentes perspectivas com a arte. Se buscamos a heterogeneidade do grande público do museu, preservando a forma artística presente na comunicação, precisamos de um espaço público que também garanta certa liberdade

⁶⁷ Ibidem, p. 100.

⁶⁸ Ibidem, p. 100.

tanto aos visitantes como para artistas e curadores. Bauman nos ajuda a pensar nesta comunicação virtual dos museus quando lembra do espaço público perdido e discute os efeitos éticos da mobilidade dos “turistas”:

“Os locais de encontro eram também aqueles em que se criavam as normas — de modo que se pudesse fazer justiça e distribuí-la horizontalmente, assim reunindo os interlocutores numa comunidade, definida e integrada pelos critérios comuns de avaliação”⁶⁹.

Com os territórios despojado de espaço público para a participação coletiva, as normas, incluindo valores, conceitos e percepções, não têm chances de serem debatidas, confrontadas e negociadas. Em outras palavras, perdemos os espaços de trocas simbólicas. “Os vereditos podem estar inteiramente desligados do curso de vida local”⁷⁰, lamenta Bauman.

Podemos concluir que o museu, se quiser construir um espaço público para as artes na internet, terá que garantir uma liberdade negociada e debatida entre seus agentes internos e externos, confrontando interesses, gostos e tendências. A instituição de um novo espaço público para os museus virtuais implica, assim, em rever noções de espaço e tempo sem ignorar questões éticas presentes em toda a sociedade.

2.5. Da civilização à tecnologia

No campo de estudo das Relações Internacionais, percebemos que a realidade, quando envolve dois ou mais países, é complexa. Dificilmente conseguimos ver e entender tudo o que acontece no mundo se não tivermos alguns instrumentos. Esse

⁶⁹ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 33

⁷⁰ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 33

desafio tem sido enfrentado durante toda a história intelectual da humanidade e na pesquisa acadêmica sobre como as artes habitam a internet essa situação se repete. Portanto, a dificuldade para se compreender a realidade complexa exige uma estratégia. A realidade, nessa perspectiva, pode ser construída teoricamente. O pesquisador interessado em compreender determinados fatos enfrenta variáveis culturais, sociais e políticas, além de forças locais e globais, religiosas e uma infinidade de outros aspectos. Cada país tem especificidades que se aproximam ou se afastam de diferentes realidades culturais. Um problema econômico pode desencadear uma crise política e esta pode favorecer o poder de um grupo ou uma tendência cultural e social. Inúmeras questões podem ser feitas a fim de apreender a totalidade do mundo quando o objetivo é analisar as relações internacionais e para analisarmos a inserção das artes na internet devemos ter uma postura teórica semelhante.

Para construirmos uma resposta plausível a qualquer questão precisamos de uma teoria capaz de deixar mais compreensível a complexa realidade que nos apresenta. A partir dessas reflexões o pensamento de Huntington⁷¹ sobre “choque das civilizações” pode fazer sentido se quisermos examinar os museus virtuais no contexto da nova ordem mundial pós-Guerra Fria. Civilização, para ele, é o “mais amplo agrupamento cultural de pessoas e o mais abrangente nível de identidade cultural que se verifica entre os homens”⁷². Sua proposta ganha importância para nossa pesquisa sobre as artes na internet envolvendo dois países da América Latina (Brasil e Uruguai) porque para este pensador civilização não coincide com o Estado e pode reunir vários países. Huntington define as civilizações como “entidades significativas” sem, no entanto,

⁷¹ HUNTINGTON, Samuel. “Choque das civilizações?”. In: *Política Externa*, vol. 2, n° 4. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1994, pp. 120-141.

⁷² HUNTINGTON, Samuel. “Choque das civilizações?”. In: *Política Externa*, vol. 2, n° 4. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1994, p. 122

apresentar linhas divisórias claras para diferenciar esta ou aquela civilização. Essa abordagem mais cultural sobre a realidade concreta fundada na construção de sentidos é fundamental para a nossa pesquisa sobre a comunicação dos museus porque estes possuem estruturas e valores institucionais semelhantes e, ao mesmo tempo, diferenças de diversas ordem por envolverem organizações museológicas em países diferentes.

São as pessoas com suas culturas e escolhas que formam uma determinada civilização. Essa questão nos permite perceber um possível olhar sobre a América Latina, já que pretendemos examinar o uso que a civilização latino-americana faz da internet no campo das artes. Atualmente, Huntington identifica oito civilizações no mundo: ocidental, confuciana, japonesa, islâmica, hindu, eslava ortodoxa, latino-americana e possivelmente a africana⁷³. Huntington, citando o livro *Um estudo da história*⁷⁴, mostra que haviam 21 grandes civilizações. Em função justamente do dinamismo da história, apenas seis delas continuam a existir no mundo contemporâneo⁷⁵. Perceber esse dinamismo da história como um confronto de civilizações e de significações exige uma atenção sobre o movimento que se faz na internet com a tecnologia e a cultura norte-americanas em contato com a cultura dos países latino-americanos, isso sem mencionar os embates que ocorrem no campo das comunicações e das artes.

⁷³ Ibidem, p. 122.

⁷⁴ TOYNBEE, Arnold. *Um estudo da história*. São Paulo : Martins Fontes, 1986.

⁷⁵ HUNTINGTON, Samuel. "Choque das civilizações?". In: *Política Externa*, vol. 2, n° 4. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1994, p. 122.

CAPÍTULO III

Museus virtuais na América Latina

3.1. A observação do MAC Virtual e do MUVA

Os museus MAC Virtual (imagem 1) e o MUVA (imagem 2) são reconstruídos de forma empírica neste Capítulo III como um percurso comunicacional de observação. Diferente do Capítulo I, em que explicitamos teoricamente o espaço formador dos museus, e do Capítulo II, quando apresentamos reflexões teóricas sobre a cena digital das artes, o objetivo agora é capturar comparativamente evidências concretas sobre o fenômeno de comunicação social das artes através da internet. Fizemos isso articulando nossa base teórica de referência com as hipóteses levantadas porque a proposta desta fase não é realizar um simples olhar, mas ativar um esforço de observação consciente com método, técnicas e críticas.

Imagem 1: Página inicial do MAC Virtual (site do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo) que pode ser visitado no endereço da internet <http://www.macvirtual.usp.br>

Imagem 2: Página inicial do MUVA (Museo Virtual de Artes El País) que pode ser visitado no endereço da internet <http://muva.elpais.com.uy>

Nossa observação contemplou amostragem e coleta de dados. A amostragem se concentrou em fontes diretas. Em função do tempo e dos recursos disponíveis, não fizemos uma pesquisa ampla com muitas fontes, investigando diversas instituições museológicas na América Latina e vários profissionais em diferentes áreas. Adotamos apenas duas iniciativas virtuais e tentamos privilegiar o desenvolvimento de uma metodologia capaz de permitir a ampliação da pesquisa em nível de doutorado envolvendo um maior número de instituições e profissionais em diferentes países.

Consideramos a necessidade de uma reflexão crítica sobre os critérios de seleção de dois projetos digitais na internet. A preocupação foi sobre a representatividade dessas instituições em função da pesquisa envolvendo dois países. O MUVA, no Uruguai, e o MAC Virtual, no Brasil, estão de acordo com o nosso perfil como uma amostragem capaz de representar nosso objeto. Além de envolverem o Uruguai e o

Brasil, fundamentais para o nosso interesse em integração da América Latina, no reconhecimento de interseções na comunicação e na cultura, as duas instituições atuam expondo a arte na rede mundial como ofício. A diferença básica entre elas é que o projeto brasileiro refere-se a um acervo físico pertencente ao Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, com sede e visitas presenciais. O museu do Uruguai, entretanto, tem uma atuação exclusivamente virtual, sem acervo físico ou sede própria para compor sua exposição digital. Tudo é somente realizado em um site na internet.

Dentre inúmeras possibilidades de examinar e compreender nosso objeto empiricamente, selecionamos as iniciativas institucionais porque o nosso estudo exige um espaço de confronto para uma observação mais intensa sobre a inserção da arte no espaço digital. Expor uma obra na internet, entendemos, exige uma reflexão mais elaborada por parte da curadoria ou da direção do museu ou do setor indicado para esta tarefa, envolvendo especialistas de diferentes áreas como programadores, designers de sites, arquitetos da informação, críticos de arte, curadores e outros profissionais. Nosso interesse recai sobre os profissionais estratégicos que atuam nessas instituições, coordenando e dando diretrizes aos trabalhos, sobre os resultados observáveis na internet e na recepção estética dos visitantes. Todas essas instâncias são fontes privilegiadas de informações empíricas para o nosso estudo comunicacional sobre como as artes habitam a rede.

A coleta de dados desenvolveu-se pela combinação de entrevistas e observação direta. Realizamos extensas conversas com perguntas abertas aos profissionais que consideramos estratégicos na medida em que representam os ânimos dos projetos envolvidos. Neste trabalho, privilegiamos entrevistas com quem atua diretamente com a comunicação das artes pela internet: Sergio Miranda, jornalista e profissional

integrante da Equipe Técnica de Imprensa e Divulgação, ligada à diretoria do MAC USP e atual responsável pelo site MAC Virtual; e Alicia Haber, historiadora da arte, idealizadora e diretora do MUVA.

Não escolhemos para entrevistar a diretora do MAC USP, Lisbeth Rebollo Gonçalves, como fizemos para o MUVA, porque privilegiamos pessoas ligadas à comunicação das artes pela internet. No caso do MUVA, a entrevista com sua diretora foi suficiente porque ela idealizou o projeto e a estrutura do museu mostrou-se mais centralizada. As respostas, em ambos os casos, confirmaram nossa decisão e podem ser conferidas na íntegra nos ANEXOS ao final desta dissertação. Usamos neste Capítulo III diversos trechos essenciais para articular nossa argumentação sobre o objeto. Fizemos outros contatos com diversos profissionais por telefone, e-mails ou pessoalmente para confirmar informações já registradas ou complementá-las.

Embora Lisbeth Rebollo Gonçalves, atual diretora do MAC USP, não tenha sido entrevistada de forma sistemática, colaborou de maneira intensa como orientadora desta pesquisa, como autora de livro fundamental para apoiar certas noções desta dissertação e como professora de uma das disciplinas cursadas por este pesquisador. Dessa forma, parte de suas reflexões e percepções, além de outros comentários, estão todos devidamente registrados ao longo de todo o texto. Não entrevistamos igualmente Elza Ajzenberg, que foi a coordenadora do projeto MAC Virtual⁷⁶, pois nos concentramos nos resultados observáveis e na visão de quem efetivamente utiliza os projetos digitais para comunicar as artes. Temos ciência das diversas visões possíveis diante de grandes projetos como os do MAC Virtual e do MUVA, bem como dos interesses envolvidos quando se participa ou não deles. Entretanto, descrevemos esse percurso buscando

⁷⁶ "Equipe do MAC Virtual". MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/sobre/sobre/creditos.asp>, acesso em 10/01/2008 (ver ANEXO).

transparência justamente para abrir comentários de forma igualmente transparente e responsável.

As entrevistas foram desenvolvidas a partir de um certo roteiro comum, conduzido em função dos interesses de ambos os lados (pesquisador e entrevistado) para representar nosso objeto empiricamente, confirmar ou negar nossas hipóteses e desvendar alguns parâmetros de como as artes habitam a internet. Portanto, deixamos o entrevistado falar e enfatizar suas inquietações seguindo a orientação dada por Brandão quanto ao fato de sujeito e sentido não existirem a priori, mas sim no discurso. Tomamos também o cuidado de apresentar aos autores suas entrevistas transcritas, com o objetivo de permitir seus ajustes ao discurso oral, porque na escrita outros significados podem surgir em função de uma pontuação errada ou algum aspecto ignorado na transcrição. Abordamos, nessa coleta de dados, os projetos digitais, seus problemas e recursos, bem como as temáticas que foram surgindo como interesse do entrevistado e do pesquisador.

Realizamos ainda uma observação direta aos espaços *on-line* dos museus por meio de visitas via internet, durante os anos de 2006 e 2007. Fizemos registros e uma análise de conteúdo, experimentando todos os links possíveis e examinando as formas de apresentar e aproximar a arte do público no espaço digital, sempre tendo em vista uma comparação entre os dois museus.

Ao final deste Capítulo III, estruturamos um quadro comparativo com os principais critérios escolhidos e com dados complementares, facilitando uma visão mais integral do trabalho de observação. Uma síntese, a partir da observação, foi organizada com os principais parâmetros de como as artes podem habitar a internet e aproximar-se do cidadão. Considerando a dimensão do site e a quantidade de informações, fizemos algumas restrições e escolhas, às vezes explorando uma seção específica do site a fim

de garantir maior precisão de análise nas entrevistas. Mas essa decisão não prejudicou uma visão mais geral sobre a forma como a iniciativa se organiza para comunicar, expor e apresentar as obras.

Com a observação e as entrevistas, procuramos conseguir uma visão mais abrangente e garantir um movimento dialético de percepção e compreensão da maneira como as artes habitam a internet. Como perspectiva, tentamos não centrar a discussão só nas fronteiras tecnológicas para entender como a sociedade em dois países diferentes, como o Uruguai e o Brasil, expõe as artes na rede mundial. Se os centros consolidados da economia, política e cultura estão ou estarão ainda mais integrados pela internet, sobre a qual se baseia uma “nova forma de sociedade”, denominada como “sociedade em rede”⁷⁷, nossa pesquisa pode trazer alguma contribuição ao explicitar como esses processos de integração pela rede acontecem e sob qual base temos essa nova forma de sociedade.

3.2. Perspectiva econômica

Como nenhum problema pode ser entendido de forma isolada quando se adota o método dialético, conforme explicitamos anteriormente, consideramos pertinente contextualizar a inserção dos dois museus e percebermos que os recursos econômicos são decisivos para as ações digitais envolvendo as artes. Embora a perspectiva econômica não seja objeto de nossa pesquisa, perceber esse aspecto da realidade nos garante dimensionar melhor os fatores que ultrapassam as dificuldades financeiras.

Com esse objetivo, constatamos que muitos museus brasileiros estão em situação

⁷⁷ CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 256.

precária e sem eficiência como instituição cultural e com dificuldade de preservação do patrimônio. Para Lisbeth Rebollo Gonçalves, diretora do MAC USP, por exemplo, o espaço público das artes acaba ficando relegado às iniciativas fragmentadas sem uma política integradora e nacional, embora existam discussões nesse sentido. “Os museus no Brasil sempre estão numa situação mais difícil que em outros museus do primeiro mundo”⁷⁸, explica em depoimento.

Esse contexto, entende a diretora do MAC USP, deve-se ao fato de não existir uma política nacional voltada exclusivamente para dar importância aos museus. As iniciativas que existem geralmente estão voltadas para a preservação ou resgate de monumentos, ignorando uma política de gestão econômica para os museus, incluindo a isenção de impostos, a doação em testamentos, o incentivo à captação de recursos para questões pertinentes aos museus e outras necessidades específicas para garantir uma estabilidade maior dentro dos museus.

“Não temos, por exemplo, como nos Estados Unidos, uma política e uma tradição instituída de que os setores privados, grandes empresários, as pessoas muito ricas passam parte de seu patrimônio, deixam grandes comodatos e apóiam a realização dos museus”⁷⁹.

No Brasil, existe a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº. 8.313/91), conhecida como Lei Rouanet, mantida pelo Ministério da Cultura, para a inscrição de projetos culturais que objetivam a captação de recursos. Mas os museus concorrem como qualquer outra organização com setores voltados a fins lucrativos. “A Lei Rouanet

⁷⁸ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: arquivo pessoal, realizada em 27/11/2007.

⁷⁹ *Ibidem*.

favorece todas as áreas da indústria cultural e acaba não privilegiando os museus”⁸⁰. A diretora do MAC USP explica que os museus quase sempre perdem porque não possuem um trabalho organizado para a captação de recursos. Mesmo que seus projetos sejam aprovados, a dificuldade passa a ser a captação efetiva dos recursos.

O desafio da difusão cultural e do trabalho curatorial e museológico, portanto, passa pela economia e exige gestão no nível dos museus e no âmbito municipal, estadual e nacional se o objetivo for avançar nesta área. “Os museus precisam ter condições financeiras para produzir ações culturais sólidas voltadas para o público”⁸¹, salienta a diretora. Nos Estados Unidos e na Europa, por exemplo, temos uma estabilidade financeira e política bem definida para garantir a realização dos programas dos museus e de seus curadores. Na França, o Estado tem uma participação maior e nos Estados Unidos o setor privado contribui muito mais para esse campo da cultura. O Brasil não definiu linhas de ação como no estrangeiro pois não tem uma participação forte nem do Estado nem do setor privado.

A situação de infra-estrutura dos museus no Uruguai também é precária porque não é uma prioridade para o governo, na visão de Alicia Haber, diretora e idealizadora do MUVA. O contexto econômico atual melhorou nos últimos anos, mas a mentalidade é a mesma em não considerar o museu estratégico e fundamental para o país. “Museus e centros de produção cultural são lugares de grande atenção, passam na televisão e em muitos outros meios como a internet”⁸², explica Haber. A precariedade deve-se à falta de incentivos fiscais com isenção de impostos para se investir nos museus. Ela lembra

⁸⁰ Ibidem.

⁸¹ Ibidem.

⁸² HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

que no Uruguai a situação é diferente de outros países que contam com incentivos fiscais de forma mais sistemática e ressalta as limitações de um Estado centralizador:

“Não há diferença entre uma doação de um milhão ou dez milhões. Não se entende que exposição de arte e museus atraem público e pode gerar boa imagem para o governo e seus patrocinadores. Por outro lado, o governo nunca buscou uma maneira alternativa de pagar as contas da cultura fora do poder público. No Uruguai, tudo é o Estado que banca, mas ele não consegue fazer os investimentos necessários. O Estado provedor de tudo foi possível até os anos 60, mas depois tivemos várias crises”⁸³.

Sem dinheiro, portanto, o Uruguai não consegue aumentar o acervo dos museus, fazer boas exposições e confeccionar bons catálogos. Mas uma exposição não se reduz a essas necessidades. Profissionais treinados para dar atendimento e suporte para o funcionamento adequado do museu são fundamentais. Não se pode esquecer de construir rampas para pessoas com necessidades especiais. Espera-se de um museu também uma preocupação com a educação na produção de áudios para visitas guiadas. Enfim, o museu moderno não deve ignorar diversos recursos tecnológicos, profissionais e estruturais para atender a demanda comum de um espaço cultural contemporâneo. Diante dessas necessidades, Haber salienta que “se por um lado o Estado não pode financiar tudo, por outro lado ele não entusiasma os capitais privados porque não dá isenção de impostos”⁸⁴.

Temos, portanto, uma situação problemática para resolver o financiamento da cultura no Uruguai. Quando se tem um investimento é porque pessoas como Alícia Haber vão atrás de empresas para pedir ajuda e ela mesma como diretora reconhece essa situação em suas ações para fomentar a difusão das artes. Ou seja, nesses casos,

⁸³ Ibidem.

⁸⁴ Ibidem.

temos iniciativas individuais e não uma política cultural para os museus garantirem certa estabilidade financeira nos projetos museológicos.

Em Montevideu, capital e maior cidade do Uruguai, temos o Museu Nacional de Artes Visuais nesta situação de dependência do Estado, que não tem capital para investir e tampouco dá prioridade para a atividade museal. O Museu sofre uma crise de 30 anos, segundo Haber, e ainda precisa conviver com o fato de não haver uma lei capaz de entusiasmar os capitais privados. Do lado do município de Montevideu, também há vários espaços com carências, lembra a diretora do MUVA. Há o Centro Municipal de Exposições, onde Alícia Haber é curadora-chefe, com 800 metros quadrados e sem coleção, dedicado apenas a exposições temporárias. Também há o Cabildo (Museo y Archivo Histórico Municipal Cabildo de Montevideo), o Juan Blanes (Museo Municipal de Bellas Artes “Juan Manuel Blanes”) e outros espaços que dependem do município e sofrem com uma situação econômica semelhante. O município, ressalta Haber, tem mais dinheiro do que o Ministério da Educação e Cultura porque recebe impostos, ou seja, é uma instituição com recursos econômicos mais elevados. Entretanto, segundo a diretora, boa parte do dinheiro vai para cobrir os gastos com funcionários públicos e toda uma burocracia.

A visão das diretoras do MAC USP e do MUVA revela uma percepção semelhante sobre o funcionamento precário dos museus no Brasil e no Uruguai em função de recursos econômicos limitados. Vale salientar a consciência crítica das duas diretoras sobre a necessidade de uma política capaz de integrar nacionalmente as ações por entender que o papel do museu precisa ser visto como uma prioridade nacional e local. Diante das dificuldades econômicas, o museu deve ser destacado como lugar cultural onde há necessidade de uma ação política estratégica.

Incentivar o aumento de capital nos museus, trabalhar por gestão eficiente e

melhorar a captação de recursos devem fazer parte de uma política comprometida não apenas com o resgate de culturas e a preservação do patrimônio artístico, mas também com a produção cultural de qualidade, com boas exposições, bons catálogos e infraestrutura adequada. Esse esforço se justifica para elevar o museu à sua condição de um espaço formador e democrático para a sociedade.

A comparação com outros países, destacando Europa e Estados Unidos, também merece destaque na visão das duas diretoras pois revela uma sintonia global como parâmetro de qualidade local, demonstrando certa inquietação diante do espaço e tempo presente. A referência aos museus no exterior em condições mais favoráveis demonstra uma visão crítica sobre a realidade brasileira e sobre a condição do Uruguai.

Mas será que esta situação de precariedade pode ser entendida como um contexto cultural e histórico semelhante entre países pobres da América Latina? Estaríamos diante de um determinismo econômico para decifrar a situação da cultura nesses países? Ou seria apenas uma coincidência de percepção de duas diretoras em contextos econômicos diferentes e que se materializou num discurso coerente? Com esses questionamentos, comparamos os dois países para além do fator econômico sem ignorar a influência material das riquezas em ambos.

O Brasil tem Índice de Desenvolvimento Humano (IDH⁸⁵) inferior se comparado com outros países vizinhos. Enquanto o Uruguai está no 46º lugar no ranking do IDH,

⁸⁵ O IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) é calculado anualmente pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). É uma medida comparativa de riqueza, educação e expectativa de vida, dentre outros fatores para avaliar de forma sistemática e padronizada o bem-estar da população. Pode ser empregado como um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB), que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento. Nesta pesquisa, o IDH é interessante por medir o avanço de uma população não apenas pela dimensão econômica, mas também por características sociais, culturais e políticas que influenciam a qualidade da vida humana. Para mais informações sobre o IDH, leia *RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO 2007/2008. Combater as alterações climáticas: Solidariedade humana num mundo dividido*. New York, Portugal: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf, 2007.

o Brasil está em 70º lugar. Embora ambos façam parte do grupo de países com elevado IDH, no contexto dos países latino-americanos, o Brasil está atrás de vários países como Argentina, Chile, Uruguai, Costa Rica, Cuba e México⁸⁶. O Brasil também apresenta desvantagem em relação ao Uruguai, classificado com o menor grau de desigualdade entre os latino-americanos num estudo publicado pela *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, em 2000, que dimensiona comparativamente os dois países:

“(...) tomando como marco de referência o Uruguai — país com o menor grau de desigualdade entre os países latino-americanos, com coeficiente de Gini⁸⁷ próximo a 0,40 — e reduzindo o grau de desigualdade brasileiro de modo a ficar idêntico ao uruguaio, teríamos que a porcentagem de pobres no Brasil seria reduzida em 20 pontos percentuais. A partir desse exercício, podemos sugerir que quase dois terços da pobreza no Brasil podem estar associados ao diferencial no grau de desigualdade da distribuição de renda existente entre o Brasil e o Uruguai”⁸⁸.

Com essa breve análise mostrando certa vantagem do Uruguai sobre o Brasil, podemos arriscar dizer que os dois países são pobres, mas de maneira alguma estariam em condições de desenvolvimento humano e desigualdade semelhantes para induzir respostas parecidas em diretoras de museu. Portanto, não estamos diante de um determinismo econômico para decifrar a situação da cultura no Uruguai e no Brasil.

⁸⁶ RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO 2007/2008. *Combater as alterações climáticas: Solidariedade humana num mundo dividido*. New York, Portugal: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf, 2007, pp. 231-232.

⁸⁷ O coeficiente de Gini é um indicador consagrado e de uso difundido na literatura que revela o grau da desigualdade de renda de uma realidade específica (BARROS, Ricardo Paes de; HENRIQUES, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. “Desigualdade e pobreza no Brasil: retrato de uma estabilidade inaceitável”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, fevereiro de 2000, vol. 15, no. 42, p. 132). Para mais informações e uma análise conceitual do coeficiente, consultar HOFFMANN, Rodolfo. *Distribuição de renda: medidas de desigualdade e pobreza*. São Paulo: Ed. da USP, 1998.

⁸⁸ BARROS, Ricardo Paes de; HENRIQUES, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. “Desigualdade e pobreza no Brasil: retrato de uma estabilidade inaceitável”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, fevereiro de 2000, vol. 15, no. 42, p. 130.

Talvez a coincidência de respostas das duas diretoras esteja mais associada a uma coerência de percepção crítica sobre o campo de ação dos museus, área em que atuam e desenvolvem seus trabalhos há muitos anos.

A percepção de precariedade econômica para viabilizar um espaço público das artes com infra-estrutura física de qualidade é coerente com os projetos digitais realizados nos museus MAC USP, no Brasil, e MUVA, no Uruguai. Os dois museus apresentam projetos vinculados à iniciativa privada. O MUVA foi desenvolvido graças ao apoio do jornal *El País* e o MAC Virtual contou com o apoio financeiro do Grupo Santander Banespa. A mesma situação de precariedade viabilizou o MUVA e o MAC Virtual como uma contradição, materializando uma ação cultural diante da falta de recursos. Frente às dificuldades econômicas, portanto, num movimento dialético de transformação da realidade, o museu digital foi destacado como uma ação cultural e possivelmente política, como veremos.

Alicia Haber teve a idéia de fazer uma arquitetura de museu navegável na internet e apresentou ao jornal *El País*, que ofereceu sua infra-estrutura e seus profissionais para viabilizar o projeto do MUVA I, inaugurado em 1997, e do MUVA II, inaugurado em 2007. Haber recorreu ao virtual pela falta de algo físico e real no seu país e lembra que o projeto recebeu um investimento bastante reduzido:

“(...) tudo foi feito por um baixo custo porque usamos profissionais que já estavam trabalhando no jornal *El País*. Havia escâner, servidor e outros recursos e foi por isso que a criação do MUVA foi possível e não custou muito. Praticamente o jornal gasta com salários que no Uruguai nunca são muito elevados”⁸⁹.

⁸⁹ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

A diretora do MUVA, confrontando com outros processos de desenvolvimento de projetos, explica que essa característica de utilizar recursos já existentes é que permitiu e viabilizou o museu virtual:

“Se eu naquela época ou agora tivesse feito com o Estado, o município e a universidade, isso não estaria feito por causa da burocracia, do pensamento e reflexão sobre se o MUVA **deveria** ou não ser pela internet. Teríamos um debate intelectual e apenas agora estaríamos fazendo o MUVA I e eu **nem acredito** que ele estaria sendo feito”⁹⁰.

O MAC Virtual, por outro lado, contou a ajuda financeira do Grupo Santander Banespa de quase R\$ 1 milhão para ser utilizado no período de cinco anos⁹¹. O banco espanhol foi o patrocinador exclusivo do projeto desde 2001⁹² por cinco anos. Com o objetivo de integrar a arte à tecnologia digital e com os recursos disponíveis, organizou-se uma estação de trabalho no MAC USP e formou-se uma equipe multidisciplinar integrada por bolsistas, estagiários, especialistas, núcleos de estudo e outros profissionais do MAC USP, por pesquisadores e técnicos da Escola Politécnica da USP, pela empresa de design Full Tecno e por registros fotográficos de Sérgio Guerini e Rômulo Fialdini⁹³. Vale ressaltar que o projeto MAC Virtual foi gerenciado pela FUSP (Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo)⁹⁴ e coordenado, no início, pelo professor e artista plástico

⁹⁰ Ibidem.

⁹¹ A imprensa em 2002 noticiou a ajuda do grupo espanhol como sendo de R\$ 1,1 milhão para o projeto do MAC Virtual e para a infra-estrutura administrativa da Orquestra de Câmara da USP (Ocam). Como R\$ 200 mil seriam destinados para a Ocam, a diferente seria de R\$ 900 mil; e vários veículos publicaram o valor como R\$ 1 milhão para o MAC, o que nos levou a usar o termo “quase” para refletir certa imprecisão na nossa apuração. Para esta pesquisa, interessa mais a ordem de grandeza do aporte financeiro. Consultamos TAKADA, Paula. “MAC entra na era digital”. *Jornal da USP*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 25/02/2002, p. 12.

⁹² Universia. “MAC Virtual é premiado pela Unesco”, http://www.universia.com.br/html/materia/materia_bafdh.html, 04/04/2006, acesso em 30/12/2007.

⁹³ Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo. “MAC VIRTUAL”, <http://www.fusp.org.br/index.php?ind=fusp&menu=macvirtual>, acesso em 30/12/2007.

⁹⁴ Ibidem

Martin Grossmann, vice-diretor do MAC USP⁹⁵ na época. Num segundo momento, a professora Elza Ajzenberg assumiu a direção do Museu, a coordenação do projeto e finalizou os trabalhos⁹⁶. “Através de um site na internet, nosso acervo de 8 mil obras poderá ser apreciado por um público muito maior”, previa Grossmann em 2002, em entrevista concedida ao *Jornal da USP*⁹⁷.

Se os dois projetos foram viabilizados pela iniciativa privada, com relação ao acesso à internet, Brasil e Uruguai também andam juntos, segundo o relatório IDH 2007/2008. Em 2005, o Brasil tinha 195 usuários de internet a cada mil habitantes e o Uruguai, 193 pessoas. São números sensivelmente superiores se compararmos com Chile (172), Argentina (177) e México (181). Se a comparação for com países mais desenvolvidos, o cenário é bastante negativo para a América Latina. Nos Estados Unidos, a cada mil, 630 habitantes tinham acesso contra 430 na França. A Islândia, no topo da lista, tinha 869 habitantes com acesso à rede a cada mil⁹⁸. O que justificaria projetos digitais em locais com acesso à internet bastante reduzido se comparado com outros países mais desenvolvidos? É o que pretendemos investigar e responder adiante.

3.3. Da história à forma de habitar

O MAC USP foi criado em 1963, quando a USP recebeu de Francisco Matarazzo

⁹⁵ TAKADA, Paula. “MAC entra na era digital”. *Jornal da USP*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 25/02/2002, p. 12.

⁹⁶ “Equipe do MAC Virtual”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/sobre/sobre/creditos.asp>, acesso em 30/12/2007.

⁹⁷ TAKADA, Paula. “MAC entra na era digital”. *Jornal da USP*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 25/02/2002, p. 12.

⁹⁸ RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO 2007/2008. *Combater as alterações climáticas: Solidariedade humana num mundo dividido*. New York, Portugal: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf, 2007, pp. 275-276.

Sobrinho e de sua mulher Yolanda Penteado a doação de sua coleção particular e de acervo que constituía do antigo MAM⁹⁹. Segundo a apresentação constante de obra¹⁰⁰ sobre a USP, o MAC tem como herança a história da constituição da primeira coleção especializada em arte do século XX na América Latina, além de contar com a “ação organizada de intelectuais e artistas que trabalharam pela criação de um espaço voltado para a arte moderna na cidade de São Paulo¹⁰¹”.

O MAC USP também conta em seu acervo com obras provenientes da ação institucional da Bienal de São Paulo, por doação de artistas, de institutos culturais e de colecionadores particulares. É considerado um dos mais importantes museus de arte moderna e contemporânea da América Latina. Está localizado em três prédios¹⁰² (MAC USP Cidade Universitária, MAC USP Anexo, junto à reitoria, e MAC USP Ibirapuera) e seu acervo tem cerca de dez mil obras¹⁰³ entre óleos, desenhos, gravuras, esculturas, objetos e trabalhos conceituais de mestres da arte do século XX como Picasso, Matisse, Miró, Kandinsky, Modigliani, Calder, Braque, Henry Moore, Tarsila do Amaral, Di Cavalcanti, Volpi, Brecheret, Flávio de Carvalho, Manabu Mabe, Antonio Dias e Regina

⁹⁹ “Histórico resumido”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/historico.asp>, acesso em 30/12/2007.

¹⁰⁰ LOSCHIAVO DOS SANTOS, Maria Cecília (org.). *Universidade de São Paulo: Alma Mater Paulista*. São Paulo: Editora da USP/Imprensa Oficial, 1998.

¹⁰¹ LOSCHIAVO DOS SANTOS, Maria Cecília (org.). *Universidade de São Paulo: Alma Mater Paulista*. São Paulo: Editora da USP/Imprensa Oficial, 1998, p. 201.

¹⁰² Além dos três prédios atuais do MAC USP, notícias recentes informam que o prédio do Departamento Estadual de Trânsito (Detran), localizado no município de São Paulo, começa a ser reformado em junho de 2008 para receber o MAC com investimentos da ordem de R\$ 38 milhões, tornando o museu no maior espaço de exposições da América Latina. Com essa estrutura adicional, o MAC vai poder expor 15% do seu acervo de 10 mil obras, muito acima dos atuais 1% garantido pelos três endereços. Leia matéria na íntegra em RIGI, Camilla. “R\$ 38 mi para MAC ocupar o Detran”. *O Estado de S.Paulo*, 05/01/2008, <http://txt.estado.com.br/editorias/2008/01/05/cid-1.93.3.20080105.16.1.xml>, acesso em 05/01/2008.

¹⁰³ Esse número foi atualizado em 2007 no texto do site, mas em 1997 o acervo contava com cerca de 5.500 obras, o que nos faz pensar e refletir sobre esse crescimento de quase 100% em menos de 10 anos. Dados obtidos em “Histórico resumido”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/historico.asp>, acesso em 30/12/2007, e LOSCHIAVO DOS SANTOS, Maria Cecília (org.). *Universidade de São Paulo: Alma Mater Paulista*. São Paulo: Editora da USP/Imprensa Oficial, 1998, p. 201.

Silveira, entre tantos outros¹⁰⁴. O texto sobre a história da USP ressalta que nos anos 40, logo após a Segunda Guerra Mundial, temos o estímulo do exemplo bem-sucedido do MoMA de Nova York. Os norte-americanos estimularam os brasileiros com uma doação de dez obras dos artistas Alexandre Calder, André Masson, Max Ernst, Fernand Léger, George Grosz, Marc Chagall, Robert Gwathmey, Jacob Lawrence, Arthur Osver e Everett Spruce (doação Nelson Rockefeller)¹⁰⁵.

Realizando pesquisa universitária em nível de pós-graduação, o MAC USP oferece ainda disciplinas optativas para graduação e cursos de extensão, atividades em ateliês, visitas orientadas, biblioteca, loja e exposições com obras de seu acervo, oferecendo diversos recortes e leituras sobre a arte moderna e contemporânea. O Museu também faz exposições temporárias com obras de artistas brasileiros, estrangeiros, novos e consagrados que não pertencem ao seu acervo. É um espaço para a experimentação e discussão de tendências e novos caminhos para a arte contemporânea¹⁰⁶. Os visitantes contam ainda com atividades oferecidas pelas divisões: Técnico-Científicas do Museu: Acervo, Educação e Arte; Pesquisa – Teoria e Crítica de Arte; Museografia; Laboratórios e Biblioteca¹⁰⁷.

Um dos serviços que o MAC USP oferece aos seus usuários é o MAC Virtual, um site na internet com vários recursos e que integra o objeto empírico desta pesquisa. “O MAC foi o primeiro Museu a ter um site, uma inserção na internet, em 1995”¹⁰⁸,

¹⁰⁴ “Histórico resumido”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/historico.asp>, acesso em 30/12/2007.

¹⁰⁵ LOSCHIAVO DOS SANTOS, Maria Cecília (org.). *Universidade de São Paulo: Alma Mater Paulista*. São Paulo: Editora da USP/Imprensa Oficial, 1998, p. 201.

¹⁰⁶ “Histórico resumido”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/historico.asp>, acesso em 30/12/2007.

¹⁰⁷ “Sobre o MAC Virtual”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/menuLateral.asp?op=8>, acesso em 30/12/2007.

¹⁰⁸ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa

lembra Lisbeth Rebollo Gonçalves, atual diretora. O empreendimento foi possível na época porque o MAC USP está numa universidade que possui tecnologia de ponta e recursos humanos qualificados. A diretora refere-se ao endereço www.mac.usp.br que hoje é redirecionado para o MAC Virtual (www.macvirtual.com.br). Na época, a exposição que ocorria no MAC USP foi “Modernismo/Paris anos 20: Vivências e Convivências”, que apresentou as obras dos artistas Victor Brecheret, Antonio Gomide e Vicente do Rego Monteiro, que convivem muito proximamente nos anos 20 em Paris (imagem 3). Foi a primeira exposição do Museu a ganhar registro na internet com textos, cerca de três imagens pequenas de obras de cada artista (imagem 4), foto da capa do catálogo, os créditos (do projeto, da curadoria, da cenografia etc.) e os serviços como período da exposição. Apesar do MAC Virtual não apresentar o arquivo desses registros de exposições realizadas entre 1995 e 2004, esta pesquisa conseguiu o endereço <http://www.mac.usp.br/exposicoes/> junto à Equipe Técnica de Imprensa e Divulgação. Havia menus¹⁰⁹ com acesso a outras informações aos quais não tivemos acesso para registro nesta pesquisa. “Não se preservou a história como era em 95”¹¹⁰, lamenta Miranda, acrescentando que todos os registros do período foram ignorados no projeto do MAC Virtual, o site atual do MAC USP. Se entrarmos no MAC Virtual, em “Exposições” de 1995, vamos encontrar “Modernismo Paris Anos 20 - Vivências e Convivências”, porém sem o conteúdo produzido naquela época (imagem 5). Preservar a história como patrimônio é um valor social e cultural inquestionável e neste caso identificamos dois problemas. O primeiro é o fato de se omitir o conteúdo gerado no passado e o segundo é o de não preservar a forma das páginas como eram, pois entendemos que no

de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: arquivo pessoal, realizada em 27/11/2007.

¹⁰⁹ **Menu** designa, na internet, um conjunto de botões geralmente localizados na região superior ou à esquerda, permitindo o acesso a textos, a conjunto de textos, a recursos multimídia como vídeo, áudio, jogos, às informações como de banco de dados e contatos. Ver “hipertexto”.

¹¹⁰ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

espaço digital temos uma maneira de lidar com as artes que se transforma com o tempo e que deveria ser preservado e até estimulado sua visitação, principalmente num museu que tem o compromisso com o tempo e o espaço. Como Iser nos ensina, a obra não pode ser reduzida ao leitor nem ao texto. A obra é mais que o texto porque se atualiza na consciência viva do leitor. Nessa compreensão da recepção estética, o site é mais que textos, imagens e links pois adquire virtualidade e certa cenografia na consciência viva do visitante. Defendemos essa visão porque no próprio MAC USP, na figura do professor Martin Grossmann, quando era vice-diretor do Museu, havia a preocupação de manter na internet a mesma linguagem da exposição que estivesse em cartaz. Miranda relembra a idéia do professor:

“(...) a visita virtual não substituiria a visita presencial. Adquirir a experiência de uma visita presencial é outra coisa, mas a idéia é que tivesse uma linguagem da montagem da exposição. Essa exposição está montada no site do museu com a mesma linguagem que ela está montada nas salas. A linguagem é a mesma, mas a mídia é outra”¹¹¹.

Imagem 3: A página do MAC USP na internet, em 1995, era composta por imagem do catálogo, textos e links com acesso aos artistas trabalhados pela curadoria.

¹¹¹ Ibidem.

Imagem 4: Site do MAC USP, em 1995, registrava as exposições com um texto sobre o artista e apresentação de três fotografias pequenas antes do título.

Imagem 5: Seção “Exposições” do MAC Virtual mostra dados básicos, mas ignora vários textos e imagens produzidos a partir de 1995, além dos registros de como eram apresentados na internet.

Um bom exemplo pode ser conferido no registro digital da exposição “Obra em Contexto - Iran do Espírito Santo”, de 10 de abril a 11 de junho de 2000, em que a cor

preta de uma das obras aparece como fundo dos textos (imagem 6), o que não acontece na divulgação das outras exposições. Nota-se que o texto de registro da exposição faz indagações pertinentes à nossa problemática: “Qual a posição da obra de arte? Combinando com os móveis, ou será que estes devem combinar com aquela?”. O lugar do objeto de arte como cenário mantém uma relação dialética com a obra, afetando e sendo afetada. Essa característica conceitual junto com o registro da exposição de 2000 reflete uma preocupação em manter certa harmonia entre obra, exposição e divulgação digital, mas também revela que a internet, quando se trata de arte, reflete e também refrata, como no exame filosófico de Bakhtin sobre a linguagem. No atual MAC Virtual, quando entramos no link de mesmo nome, temos um pouco de história digital preservada por meio de texto e até algum registro de imagens sobre as primeiras interfaces¹¹², mas o visitante fica um pouco perdido sem saber se as imagens apresentadas são de um site que existiu ou de um modelo que foi apresentado pela equipe de criação do site antes da implantação definitiva (imagem 7).

Imagem 6: Registro da exposição “Obra em Contexto - Iran do Espírito Santo” na internet, de 10 de abril a 11 de junho de 2000, em que a cor preta de uma das obras aparece como fundo dos textos.

¹¹² “Sobre o MAC Virtual”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/sobre/sobre/sobre.asp>, acesso em 10/01/2008.

Imagem 7: Seção “Sobre o MAC Virtual” mostra primeiras interfaces sem legenda, deixando o visitante sem saber se as imagens apresentadas são de um site que existiu ou de um modelo que não foi ao ar.

Em 2001, o Grupo Santander Banespa investiu cerca de R\$ 1 milhão para o projeto MAC Virtual, que deveria digitalizar 8 mil obras do acervo na época. “Não queremos fazer simplesmente um catálogo virtual, como acontece com a maioria dos atuais museus virtuais”, ressaltava Martin Grossmann, coordenador do projeto, que tinha a preocupação de contextualizar as obras no espaço de uma exposição por meio de uma realidade virtual, ou seja, uma “maquete fidedigna do espaço do museu” para o visitante passear¹¹³.

Com a mudança de diretoria, o projeto continuou a ser desenvolvido com algumas alterações até chegar à versão que está no ar. Segundo Miranda, que fez um levantamento recente, das atuais 10 mil obras, apenas 240 foram efetivamente

¹¹³ TAKADA, Paula. “MAC entra na era digital”. *Jornal da USP*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 25/02/2002, p. 12.

digitalizadas¹¹⁴. Esse trabalho para disponibilizar o acervo em meio digital tinha como preocupação o acesso das pessoas a um patrimônio que deveria estar disponível. Vahan Agopyan, diretor da Escola Politécnica da USP, em 2005, escreveu um texto afirmando essa característica:

“Como todos os bons museus, o MAC USP necessita ter seu rico acervo compilado e disponível em meio eletrônico e na rede internet, para que um público maior possa desfrutá-lo. Sem dúvida, o meio eletrônico universaliza o acesso e pode permitir a inserção cultural para uma grande parcela da população brasileira”¹¹⁵.

Outro serviço prestado pelo MAC USP é a Biblioteca “Lourival Gomes Machado”, que mantém informações relevantes na internet. Recebeu esse nome como homenagem ao primeiro professor de História da Arte na USP. Foi criada junto com o Museu e recebeu o acervo de livros que pertencera ao pintor Paulo Osir. Possui cerca de 6400 livros sobre artes plásticas, 18 títulos de periódicos correntes, 27000 slides, 32000 catálogos de exposição, 1400 pastas de recortes de jornais sobre os artistas do acervo de obras de arte¹¹⁶. A coleção de livros e de títulos de periódicos está cadastrada no Banco Dedalus do Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBi e pode ser consultada pelo endereço <http://dedalus.usp.br:4500/ALEPH/POR/MAC/MAC/MAC> como um grande patrimônio.

O Museo Virtual de Arte El País (MUVA) foi criado em 20 de maio de 1997, na versão I, e em 30 de agosto de 2007, na versão II, como um espaço totalmente virtual,

¹¹⁴ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

¹¹⁵ AGOPYAN, Vahan. “O MAC e a Poli USP”. In: AJZENBERG, Elza (coord.). *MAC VIRTUAL: Prêmios Bienais: acervo MAC USP*. São Paulo: MAC USP, 2004, p. 11.

¹¹⁶ “Biblioteca Lourival Gomes Machado”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/menuLateral.asp?op=7>, acesso em 03/01/2008.

sem qualquer sede física. Registra obras contemporâneas do Uruguai, representando uma importante contribuição para o contexto das artes na América Latina¹¹⁷.

O MUVA oferece pinturas, esculturas, desenhos e instalações que não vemos há muitos anos ou apenas esporadicamente ou nem se tem notícia. O Museu mantém exposições virtuais temporárias, entrevistas, visitas a ateliês, exibição de criação virtual, mecanismo de comparação entre obras e links com bibliografia de arte do Uruguai e sobre o país. No site, há de forma expressa uma preocupação em fazer a arte uruguaia “chegar a todo o mundo”¹¹⁸. Assim como o MAC USP, a vocação do MUVA também acaba sendo educacional. O Museu uruguaio é indicado para aprender espanhol como uma ferramenta interativa e o professor pode usá-lo para falar do Uruguai e das artes. Países da Europa e Estados Unidos indicam o MUVA para este fim. A diretora compara o Museu com outras formas de aprendizagem: “É mais divertido do que aprender apenas com textos e também porque os jovens gostam da internet”¹¹⁹.

O presidente do MUVA, o arquiteto Eduardo Scheck, fala em um artigo sobre o “museu impossível” não por ter ultrapassado o espaço físico, mas porque o Museu expõe obras que não poderiam ser apreciadas¹²⁰ pois muitas peças estão nos ateliês ou em coleções privadas. Obras de artistas jovens, emergentes ou de grandes mestres raramente chegam aos museus, aos centros de exposição e às galerias, e o MUVA, por ser virtual e não ter problema de limitação espacial, procura reunir todas essas

¹¹⁷ “MUVA: Ingrese al arte latinoamericano a traves de la creacion uruguaya”. MUVA, http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/que_es.html, acesso em 02/01/2008.

¹¹⁸ “Gestion cultural de El País”. MUVA, http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/agente_cultural.html, acesso em 02/01/2008.

¹¹⁹ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

¹²⁰ SCHECK, Eduardo. “El museo imposible: mensaje del presidente del muva”. MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/mensaje.html>, acesso em 02/01/2008.

criações em um único lugar através de suas exposições. Numa noção integradora da realidade, o MUVA ocupou a internet com aquilo que, contraditoriamente, não possui: espaço físico. Fazemos essa afirmação porque o Museu conseguiu integrar real e virtual ao apresentar a arquitetura digital articulada com o espaço físico e público do Uruguai. Mas o Museu não foi chamado de “impossível” por isso, mas porque as obras não poderiam ser apreciadas em conjunto e, contrariando a realidade, são expostas ao público no espaço da internet. Sodré, ao sugerir uma reinvenção da cultura no contexto da presença tecnocultural, salienta que a internet e a realidade virtual podem ser vistas como questionadoras do sentido de real, como já comentamos no Capítulo II. É certo que também temos na contemporaneidade a formação e o controle do espaço mercadológico, e a internet não está fora desse contexto capitalista, mas Sodré também nos coloca o desafio da produção simbólica, gerando suas demandas fora da “sistematização requerida pela realização do valor do capital”¹²¹. Em mais uma contradição, temos a situação econômica e política do Uruguai que não garantiram bons espaços de exposição e, contrariando essa realidade, surge uma alternativa para as artes justamente sem ignorar a força de um jornal como o *El País*.

O diário *El País*, que patrocinou o MUVA e aparece no nome “Museo Virtual de Artes El País”, se coloca num texto do Museu como empresa dedicada à gestão cultural. É a segunda iniciativa do diário na internet porque desde 1996 mantém a versão digital do periódico¹²². O *El País* mantém ainda uma página sobre espetáculos, suplementos culturais, além de contribuir para a criação do Centro de Artes y Letras, o Museo de Arte Contemporáneo e o Teatro del Centro y Ediciones de la Plaza¹²³. O MUVA aparece

¹²¹ SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996, p. 129

¹²² “Gestion cultural de El País”. MUVA, http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/agente_cultural.html, acesso em 02/01/2008.

¹²³ Ibidem.

na capa da edição digital do *El País*¹²⁴ diariamente por meio de um pequeno banner¹²⁵ clicável onde a imagem reduzida do MUVA II se alterna com a chamada “MUVA Museo Virtual de Artes El País” (imagem 8).

Imagem 8: O MUVA aparece na capa da edição digital do jornal El País diariamente por meio de um pequeno banner na região inferior direita. Um simples clique faz abrir o museu virtual.

Se o MUVA fosse construído como um museu real das grandes capitais metropolitanas, custaria 40 milhões de dólares, segundo os organizadores¹²⁶. O valor é considerado elevado para a realidade do Uruguai. No mundo digital, entretanto, foi possível construir virtualmente o MUVA I (imagem 9) numa esquina de uma das principais vias da capital uruguaia, em Montevideu, a Avenida 18 de Julio, com as ruas Zelmar Michelini e San José, que podemos visualizar por satélite via Google Maps¹²⁷

¹²⁴ Acesso pelo endereço na internet <http://www.elpais.com.uy>

¹²⁵ **Banner** é uma peça publicitária em formato impresso ou digital.

¹²⁶ “Como se hace el Muva”. MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/muva.html>, acesso em 03/01/2008.

¹²⁷ Acesso pelo endereço na internet <http://maps.google.com.br>

(imagem 10). Mostramos o local hipotético, não para destacar na imagem que junto à praça não existe o Museu, mas para relativizar a presença do real diante de fotografias tiras por satélite e disponibilizadas para quem quiser consultar. Nossa realidade, cada vez mais, está impregnada de ferramentas que interferem na maneira como percebemos e habitamos o mundo. O MUVA II (imagem 11) foi construído virtualmente na Avenida Presidente Wilson, em Punta Carretas, uma bela área em Montevidéu com vista para o Rio La Plata. Também fizemos uma consulta ao Google Maps para visualizar o local (imagem 12) e perceber, neste caso, o impacto de uma eventual construção. A realização virtual dos dois Museus nasceu de uma frustração da atual diretora e idealizadora do MUVA, Alicia Haber, que estrutura e desenvolve seu discurso em confronto com outras culturas e realidades para explicar e justificar o surgimento do projeto:

“Acho que é porque viajei muito na minha vida e cada vez que eu voltava lamentava que o Uruguai não tinha um lindo museu, mesmo que pequeno, como via em outras nações. Já estive em muitas universidades que têm museu. Não é um museu como o Pompidou¹²⁸, mas sempre tem um. Eu só queria um pequeno museu, mas bem feito, impecável, com curadores, boa iluminação, tudo o que se necessita, acesso para pessoas com necessidades especiais, e que deveria ter associação com o capital privado para não depender 100% do capital do Estado e do município ou da universidade, e que tivesse uma gestão para conseguir mais fundos. Então, toda vez que eu voltava para o Uruguai, eu ficava muito deprimida e frustrada com essa situação”¹²⁹.

¹²⁸ Referência ao *Centre national d'art et de culture Georges Pompidou*, fundado em 1977, em Paris (França).

¹²⁹ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

Imagem 9: MUVA I hipoteticamente numa esquina das principais vias da capital uruguaia, em Montevideu, a Avenida 18 de Julio.

Imagem 10: Avenida 18 de Julio, com as ruas Zelmari Michelini e San José, lugar hipotético do MUVA I. Fotografia tirada por satélite e disponibilizada pelo Google Maps.

Imagem 11: Vista aérea e hipotética do MUVA II na Avenida Presidente Wilson, em Punta Carretas, uma bela área em Montevideu com vista para o Rio La Plata. Fotografia divulgada no site.

Imagem 12: Vista aérea da Avenida Presidente Wilson, em Punta Carretas, lugar hipotético do MUVA II. Fotografia tirada por satélite e disponibilizada pelo Google Maps.

O MUVA, portanto, nasceu de uma frustração justificada pelo confronto com outras realidades e seu processo de construção é comparado ao de um edifício real no discurso registrado no site. As artes, portanto, habitam a internet tendo como referência a realidade concreta das pessoas envolvidas, como podemos examinar no trecho:

“Para construir um edifício na vida real, é necessário uma equipe de arquitetos que projetem a obra e a modelem numa planta. Logo uma empresa construtora se encarregará de executar fielmente o projeto. Para a realização do Museo Virtual de Artes El País aconteceu algo muito parecido, mas no lugar de uma empresa construtora, utilizou-se computadores para gerar a estrutura que logo foi revestida e iluminada para abrigar as peças que compõem o museu”¹³⁰.

Construímos brevemente as histórias do MUVA e do MAC Virtual para destacar dois projetos digitais como processos diferentes em algum momento e semelhantes em outros. São iniciativas para ocupar o espaço da internet de forma tão complexa que poderíamos supor uma infinidade de maneiras para habitar a rede mundial em função da variedade de culturas, identidades, nacionalidades e organização institucional. São histórias, portanto, que não estão desligadas das formas como se apropriam do espaço digital. O MAC Virtual não se apresenta exatamente como museu virtual embora no seu interior haja uma visita virtual, que vamos analisar adiante. Ele é, na verdade, o site de um museu real, o MAC USP. O MUVA, por outro lado, é um museu virtual e não um site de museu. Ambos têm história, mas o MAC Virtual tem uma trajetória dependente dos acontecimentos envolvendo o MAC USP. Já o MUVA tem história própria e, poderíamos dizer, até um museu do Museu com o MUVA I, sendo considerado uma primeira tentativa de museu virtual e que não foi eliminado da internet com a inauguração do MUVA II. Sobre o acervo de obras, o MAC Virtual tem uma longa história de formação, aquisição e doação das peças ao MAC USP e não à versão digital. O MUVA, seguindo uma atuação diferente, não adquire obras nem monta um acervo físico, mas registra digitalmente as peças para tornar acessível a arte uruguaia pelas imagens, o que também pode ser considerado um acervo.

¹³⁰ “Arquitectura virtual”. MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/arquitectura.html>, acesso em 03/01/2008.

Os dois museus também têm a educação como vocação. Enquanto o MAC Virtual trabalha as informações formativas do MAC USP como museu universitário e sua Biblioteca difunde o acervo para os pesquisadores e interessados em arte, o MUVA é instrumento de aprendizado de espanhol e de promoção de um país pouco conhecido na América Latina como o Uruguai, além de estimular o conhecimento específico sobre artes.

Ambos tiveram apoio da iniciativa privada para habitar digitalmente a internet e oferecer aos visitantes serviços e inovações importantes para a experiência estética. Enquanto o MUVA nasce de uma frustração e de um confronto com belos museus no exterior, o MAC Virtual nasce a partir de um projeto institucional do MAC USP que não ignora iniciativas museológicas internacionais, e ambos estão ligados e comprometidos com o patrimônio artístico, nacional e contemporânea das artes. Seja um museu imaginário, um museu virtual, um simples site ou um museu impossível, independente do termo empregado para designar a ocupação da internet pelas artes, compreendemos que habitar a internet, considerando o MAC Virtual e o MUVA, significa articular a existência institucional, social, cultural, artística e histórica com a materialidade tecnológica dos programas de computador disponíveis, as possibilidades de arquitetura da informação, a condição econômica, a competência em gestão da comunicação e todos os profissionais colaboradores, incluindo aí toda a complexidade da realidade. Sem dúvida algo tão complexo quando a vida que se diz real.

3.4. O primeiro contato como estratégia

Ao entrarmos no MAC Virtual, temos acesso à página inicial do site (imagem 1) que lembra a fachada física do edifício do MAC USP, localizado na Cidade Universitária da USP (imagem 13), na Zona Oeste do município de São Paulo, dentro do Estado de São

Paulo, sudeste do país Brasil. A semelhança física da página inicial pára por aí pois nota-se uma série de quatro quadros do acervo em movimento, o que não acontece no prédio físico. Além disso, o visitante pode escolher português, espanhol e inglês como idioma para navegar.

Imagem 13: Fachada física do MAC, edifício localizado na Cidade Universitária da USP. Autor: Cecília Bastos/Jornal da USP.

Para melhor visualização do site, o MAC Virtual informa que o visitante vai necessitar do Internet Explorer 6 ou superior, do QuickTime 5 ou superior e do Macromedia Flash Player 6 ou superior¹³¹. Todos esses nomes referem-se a softwares específicos e essenciais, sem os quais torna-se impossível a navegação ou esta será limitada ou prejudicada. Temos, portanto, um acesso que se caracteriza também como barreira caso o usuário descumpra ou desrespeite as regras tecnológicas de navegação.

¹³¹ “Página inicial”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 12/10/2007. As informações técnicas são abordadas na pesquisa apenas quando importam ao usuário ou for consequência importante de uma preocupação comunicacional.

Já na primeira página do Museu na internet o visitante fica sabendo a proposta da instituição:

“O MAC Virtual é um projeto que integra a arte à tecnologia digital. Multiplica informações em diferentes idiomas (português, espanhol e inglês), consultas, estudos e entretenimentos. Prevê a organização de três eixos: tornar visível a ação do acervo, laboratórios, projetos, exposições e demais atividades do MAC USP (Museu Universitário), o seu campo experimental com pesquisas, curadorias e criações (Museu Experimental) e a interatividade lúdica e educativa (Museu Lúdico)”¹³².

Mesmo o visitante tendo um primeiro contato com o Museu através do texto da proposta junto com a imagem inicial que lembra a fachada, há um botão discreto, ainda na página inicial, para definir uma passagem com o título “Entrar no Museu” que, ao ser clicado, dá acesso ao que poderíamos chamar de segunda tela do site (imagem 14) com destaque central para a fotografia da obra concretista de Max Bill, a “Unidade Tripartida” (1948), em aço inoxidável.

Imagem 14: Segunda tela do MAC Virtual com destaque central para a fotografia da obra concretista de Max Bill, a “Unidade Tripartida” (1948), em aço inoxidável.

¹³² MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 25/12/2007.

Na página inicial do MUVA (imagem 2), o museu do Uruguai, temos dois edifícios que não existem concretamente. Na verdade, temos fotografias de projetos arquitetônicos de museus totalmente virtuais — existem apenas na internet. Temos a opção de dois idiomas (inglês e espanhol), duas tecnologias de construção e estruturação dos museus (HTML pop-Up e Multimídia) e dois museus (MUVA I e MUVA II).

A versão HTML refere-se ao MUVA I, a primeira experiência de museu virtual criada em 1997. A versão multimídia refere-se ao MUVA II, a segunda experiência de museu virtual inaugurada em agosto de 2007. A proposta¹³³ do museu, visível apenas na terceira tela, é expor num espaço totalmente virtual a arte contemporânea do Uruguai que está em coleções particulares, galerias, ateliês ou raramente estariam num museu, e que serve para ingressarmos na arte da América Latina. Outra preocupação é reunir num só espaço tanto artistas emergentes quanto os já consagrados, contemplando as diversas manifestações visuais do Uruguai por meio de exposições, entrevistas, visitas a ateliês, exibição de criações virtuais, expressões multidisciplinares, além de oferecer links sobre bibliografia de arte uruguaia e sobre o próprio MUVA.

Ao observar o primeiro contato do visitante com os dois museus, notamos algumas diferenças que merecem comentários e reflexão. O MUVA, ao mostrar dois edifícios como primeira tela, está preocupado em se reafirmar como um museu real. Os dois projetos arquitetônicos apresentados são fotografias de edifícios que existem em um lugar qualquer, já que não temos paisagem real no entorno¹³⁴. O indicativo de contexto que nos faz lembrar de que estamos num site é dado pelo nome “MUVA –

¹³³ “MUVA: Ingrese al arte latinoamericano a traves de la creacion uruguaya”. MUVA, http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/que_es.html, acesso em 02/01/2008.

¹³⁴ Embora na página inicial não apareça o entorno, a paisagem onde se localizaria os dois museus, nas telas seguintes do site há indicações dos endereços hipotéticos na cidade de Montevideu. Exploramos em detalhes essa característica nas próximas páginas.

Museo Virtual de Artes El País” escrito no canto superior esquerdo, além das opções de língua “Español” ou “Inglês” e pela indicação tecnológica de “Multimedia” ou “HTML pop-Up” abaixo de cada edifício.

Fora o indicativo “Museo” e “Artes”, o visitante não tem a proposta do site nem algum indício de que terá uma experiência estética, o que seria de se esperar de um museu. Entretanto, a própria imagem dos edifícios do MUVA I, concebido por Daniel Colominas, Jaime Lores, Marcelo Mezzotoni e Raúl Nazur, e do MUVA II, concebido por Ricardo Supparo e colaboração de Adriana Babino Altesar, garante a comunicação de uma experiência estética ao visitante a partir da arquitetura diferenciada, atraente e moderna. O envolvimento para o visitante acontece na medida em que pode escolher dois edifícios para entrar e explorar e, por serem identificados como “Museo Virtual de Artes”, cria a expectativa de poder ver as obras no interior das construções. O fato dos museus não existirem fisicamente torna-se algo menor e de certa forma até irrelevante já que estamos vendo sua arquitetura, o que acontece também na vida real antes de entrarmos num edifício físico. Após o impacto visual provocado pelas construções, podemos entrar e apreciar os espaços internos como paredes, escadas, salas, e também as exposições e instalações disponíveis.

O MAC Virtual, por outro lado, não mostra edifício algum, mesmo tendo três espaços físicos e reais para apresentar¹³⁵: MAC USP Cidade Universitária, MAC USP Anexo e MAC USP Ibirapuera. Como primeiro contato (imagem 1), ao invés de um dos três edifícios, temos a imagem que lembra a fachada física do MAC USP Cidade Universitária (imagem 13) com a série de quatro quadros em movimento permanente

¹³⁵ “MAC USP”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/menuLateral.asp?op=1>, acesso em 30/12/2007.

à esquerda. A indicação de idiomas a escolher, os “requisitos para melhor visualização” e as imagens dos quadros em movimento fazem o visitante sentir-se num ambiente digital. Nada o leva a pensar que entrará numa versão virtual da arquitetura do Museu. Como a proposta do MAC Virtual está logo abaixo da imagem que lembra sua fachada, a expectativa criada é mais conceitual, caminhando para uma divisão em três eixos de trabalho: Universitário, Experimental e Lúdico. O habitar, neste caso, está sendo construído a partir de conceitos-chave provenientes da própria organização do MAC USP.

Diante das duas estratégias de primeiro contato entre o visitante e o museu, qual seria mais eficiente para provocar uma experiência estética? Como já havíamos enfatizado, não queremos estatísticas para resolver a questão de forma quantitativa. Poderíamos reunir visitantes e realizar uma série de indagações sobre a experiência de contato com essa modalidade de apreciação da arte, além de fazer comparações das percepções, mas optamos por não seguir este caminho nesta pesquisa para privilegiar o olhar daqueles que dirigem esse processo. Nossa problemática, assim, não pode abandonar a preocupação em saber como as artes habitam a internet e se nesse processo comunicacional haverá ou não problemas.

Se considerarmos eficiente uma abordagem conceitual coerente com a proposta apresentada no site, o MAC Virtual tende a ser mais adequado por apresentar uma memória arquitetônica mesclada com algumas obras de arte, provocando uma experiência estética inicial, além de apresentar o conceito do Museu por meio de sua proposta escrita. Ou seja, o visitante pode esperar das próximas telas certa articulação entre conceito (texto da proposta), arte (quadros em movimento), espaço (fachada) e tecnologia (requisitos do sistema).

Por outro lado, se entendermos eficiente como um resultado realista e concreto, o MUVA parece mais adequado porque se apropria do real pelas formas, sombras,

cores e espaços de um projeto arquitetônico de edifício para garantir ao visitante um percurso visual real a partir de um espaço virtual. Ou seja, o MUVA convida o visitante a entrar num museu com formas, sombras, cores e espaços familiares do mundo real mesmo sendo um museu totalmente virtual. Nesse sentido, o museu uruguaio parece aproximar de forma mais eficiente o visitante de uma possível experiência estética, artística e histórica.

No jogo entre real e virtual, cabe pensarmos nas disposições do visitante, lembrando Iser. O real está no site ou na percepção do visitante? O virtual é o fato de dois edifícios não existirem ou está no visitante iludido com algo que não é real? Se seguirmos o raciocínio de Iser, que entende a obra como concreção na convergência entre texto e interpretação do texto no campo literário, não podemos escolher um ou outro caminho. Tanto o texto quanto a interpretação são a obra. Devemos encontrar um percurso coerente com a convergência. Um caminho sensato, entendemos, será aquele que contemple uma síntese entre nossa observação sobre o site dos dois museus em conjunto com a visão daqueles que o conceberam como dirigentes e profissionais, tendo como objetivo maior a recepção estética do visitante. Essa síntese garantiria, de certa forma, a convergência entre site e interpretação do site, trazendo as noções de tempo e espaço do visitante para o ambiente da internet. Quando Castells fala que internet é sociedade também estamos diante de uma convergência, de uma noção integradora da realidade.

O MAC Virtual apresenta logo na primeira página sua proposta de Museu Universitário para “tornar visível a ação do acervo” e “demais atividades do MAC USP”; de Museu Experimental para apresentar “pesquisas, curadorias e criações”; de Museu Lúdico para mostrar “interatividade lúdica e educativa”. E em seguida, após clicar em “Entrar no Museu”, temos a fotografia da “Unidade Tripartida”. O problema desse

movimento de “Entrar” está na incoerência pois o visitante parece estar no mesmo lugar estético: antes de entrar temos à esquerda quatro quadros em movimento horizontal (imagem 1) e quando entramos temos à direita mais quatro quadros em movimento vertical (imagem 14). O movimento das imagens antes de “Entrar” tem velocidade de cerca de dois segundos, ou seja, batemos o olho, acompanhamos as quatro imagens de quadros e cerca de oito segundos depois vemos novamente a primeira e assim sucessivamente. A nova cena dos museus, como observa Sodré, carrega a serialização e a repetição como reflexo de uma tecnocultura que precisa ser reinventada. Depois de “Entrar”, o tempo cai para um segundo, ou seja, olhamos para uma imagem de quadro, acompanhamos as outras e cerca de quatro segundos depois voltamos a ver a primeira e o ciclo se repete como num *looping*¹³⁶. Vale ressaltar que não são imagens para clicar.

Em síntese, o visitante não consegue apreciar quadros como os de Tarsila do Amaral, Anita Malfatti e Wassily Kandinsky pois o tempo reduzido não permite. Sabemos que o tempo de um e dois segundos pode ter sido definido para dar dinamismo e certa sensação de agilidade ao site, tornando-o mais atrativo e moderno. Entretanto, será que esse recurso é o mais coerente com a proposta do MAC Virtual? Se o tempo e o espaço são categorias essenciais para a experiência no Museu, é justificável o uso de obras dessa maneira?

Arriscamos numa resposta negativa porque como Museu Universitário, o MAC tem a proposta de “tornar visível a ação do acervo” e este não se reduz a três ou quatro obras de artistas em movimento acelerado, mesmo que sejam representativas e de relevância para o museu. Tendemos a uma resposta negativa também porque entre 2006 e 2007, período da pesquisa em que observamos os sites dos dois museus, as

¹³⁶ **Looping** é um recurso bastante utilizado em informática para garantir a repetição de algum processo. Pode ser utilizado para sons, imagens e textos, facilitando o trabalho e economizando recursos.

imagens foram mantidas¹³⁷, o que não reflete “pesquisas, curadorias e criações” a serem apresentadas nem na primeira página nem na segunda, com a obra de Max Bill.

Nosso argumento de resposta negativa é reforçado quando percebemos a inserção da obra de Max Bill, a “Unidade Tripartida” (1948), que também se manteve entre 2006 e 2007. Como fundo desta obra, de forma estilizada¹³⁸, temos ainda a imagem da instalação “Paradoxo do Santo” (1994), de Regina Silveira, que se mantém no tempo e no espaço em um Museu que propõe “interatividade lúdica e educativa”. Na verdade, trata-se da sombra da instalação. Enfatizamos que a publicação do fundo se mantém no tempo porque no período de nossa pesquisa, entre 2006 e 2007, sempre esteve presente sem alteração; e no espaço, observamos que na maioria das páginas (“MAC USP”, “Organograma”, “Vídeo Institucional”, “Documentário”, “Eventos”, “Atividades”, “Biblioteca”, “Sobre o MAC Virtual”, “Parceiros”, “Fale Conosco”, “Busca”) o fundo sempre aparece como se fosse uma marca d’água. Mais uma vez temos a repetição como sintoma de uma forma de habitar a internet comprometida mais com a tecnocultura e menos com os valores e a proposta do Museu. Segundo Sérgio Miranda, que recebe as mensagens dos visitantes postadas no MAC Virtual, um professor questionou essa característica do fundo no site:

“um museu que nos anos 70 foi combativo agora tem a cavalaria, a sombra da cavalaria com uma espada em todas as páginas de seu site”¹³⁹.

¹³⁷ Não queremos dizer que antes de 2006 as imagens eram outras. Queremos apenas afirmar que entre 2006 e 2007, observamos o site para a pesquisa com critério para perceber que as imagens não foram alteradas.

¹³⁸ Entendemos por “estilizada” qualquer alteração de imagem a partir de um original. Neste caso, os criadores do site pegaram a sombra construída pela Regina Silveira a partir da escultura Monumento Caxias, de Victor Brecheret, e a transformaram numa sombra ou marca d’água como um fundo do site.

¹³⁹ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo:

A referência do visitante e professor é ao “Paradoxo do Santo” (1994) que, no próprio MAC Virtual, temos a seguinte descrição da instalação de Regina Silveira:

“a artista faz menção a dois eixos fundamentais do imaginário latino-americano: religião e militarismo. A sombra do Monumento Caxias, imensa escultura equestre de Victor Brecheret, feita em homenagem ao patrono do exército brasileiro que comandou as tropas na Guerra do Paraguai, é projetada a partir da pequena imagem de madeira de São Tiago, patrono militar da Espanha que inspirou as batalhas contra os mouros. Segundo a artista, as distorções de perspectivas são seu principal instrumento para enfatizar o paradoxo visual e conceitual entre um general diabólico e sombrio com a espada e um ingênuo e primitivo santo de madeira. Essa instalação permite ainda deslocar, por meio da sombra e dos questionamentos daí advindos, um monumento do centro da cidade para dentro do museu”¹⁴⁰.

Tematizar o paradoxo visual e conceitual por meio da instalação de Regina da Silveira é altamente pertinente num ambiente como a internet, onde vivemos freqüentemente “as distorções de perspectivas” do espaço e também do tempo. Da mesma forma, a escolha da “Unidade Tripartida” (1948) como a primeira obra a ser apresentada nos faz pensar no ambiente virtual. Daisy Peccinini ressalta, num dos links do “Catálogo Virtual”, que essa:

“grande escultura é uma demonstração plástica da lei de Moebius, do princípio da fita sem fim. A peça introjeta e extroverte um contínuo de matéria e espaço, de tempo ilimitado. As faixas de metal sinuosas convidam os olhos a percorrê-las incessante e incansavelmente, percebendo seus cheios e vazios. A escultura é um dos ícones do MAC USP, usado em muitas das publicações como marca do Museu, particularmente nos anos 70”¹⁴¹.

ANEXO, realizada em 27/11/2007.

¹⁴⁰ FREIRE, Cristina. “Paradoxo do Santo”, Catálogo Virtual. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 05/01/2008.

¹⁴¹ PECCINI, Daisy. “Unidade Tripartida de Max Bill”. Catálogo Virtual. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 30/12/2007.

A escolha da obra de Max Bill não pode ser considerada mero acaso. Se pensarmos no princípio da fita sem fim e navegarmos pelos outros eixos do MAC Virtual que comportam uma variedade de informações não fica difícil entender a escolha, além da importância da escultura como ícone e marca do MAC USP. Ainda na segunda tela do site que, na verdade, é a primeira página do “Museu Universitário”, um dos eixos previstos pelo projeto MAC Virtual, com vários menus, temos o acesso aos dois outros eixos, “Museu Experimental” e “Museu Lúdico”, com os respectivos menus. Ao entrarmos no “Museu Experimental” continuamos a ter a possibilidade de entrar novamente no “Museu Lúdico” ou no “Museu Universitário”. Ou seja, podemos entrar infinitamente nos três eixos do MAC Virtual, sem falarmos dos outros menus e inúmeros links disponíveis como hipertexto para permitir um percurso espacial incansável de tempo ilimitado. Temos assim forte diálogo com a obra de Max Bill e o site pode ser visto também como criação. A forma artística do site se confunde com sua arquitetura da informação e ambas interferem na recepção estética do visitante. O site, nessa articulação, torna-se mais que um texto com imagem e hipertexto. Ganha atualidade no encontro entre a proposta do Museu, materializada na forma da página, com a obra de arte e a percepção do visitante que interage com os menus.

A primeira obra que encontramos no MUVA I (imagem 15) deve ter seguido um princípio semelhante, nos levando a pensar numa curadoria virtual. O obra escolhida também foi uma escultura, a “La Lucha” (sem data), de Eduardo Yepes, escultor espanhol radicado no Uruguai desde 1947. A escultura, segundo a diretora do MUVA, “desestabiliza noções tradicionais de massa e volume”¹⁴², ou seja, estamos diante de uma escolha que dialoga com o meio virtual em que a obra está exposta pois na

¹⁴² “La Lucha”. MUVA I, http://muva.elpais.com.uy/Esp/planta_baja/info/la_lucha.html, acesso em 14/12/2007.

internet várias noções precisam ser revistas e, muitas vezes, até recriadas. Ao contrário da “Unidade Tripartida” que se apresenta como se estivesse em primeiro plano, a escultura de Yepes aparece ao fundo da recepção do MUVA I. Porém, está num nível superior ao piso, com três degraus acima, elevando a obra à região central do campo de visão da recepção do Museu. Com um simples clique sobre a peça, temos um texto abordando a criação e a possibilidade de ampliá-la ainda mais com o recurso de zoom¹⁴³. Assim como acontece com a “Unidade Tripartida” no MAC Virtual, a escultura no MUVA I também foi mantida entre 2006 e 2007.

Imagem 15: Primeira página do MUVA I, com escultura “La Lucha” (sem data), de Eduardo Yepes, ao fundo. Clique sobre a obra dá acesso a mais informações e possibilita aproximar com zoom.

A idéia de que raramente temos uma relação direta com a obra de arte é reforçada com a escolha da “La Lucha” e também da “Unidade Tripartida”. Isso acontece porque

¹⁴³ **Zoom** é a operação de ampliar. Na internet, o recurso é bastante utilizado para ver melhor uma fotografia ou qualquer imagem. Geralmente, funciona num clique para termos a sensação de aproximação ou distanciamento. Na verdade, o que acontece é apenas uma mudança das medidas da imagem.

o usuário visitante percebe a obra no interior da tela de um monitor de computador várias vezes menor que o seu tamanho original, ignorando suas medidas de 114,0 x 88,3 x 98,2 cm (caso da “Unidade Tripartida”) e de 52 cm de altura (caso da “La Lucha”). Temos a força da linguagem visual, criando um novo espaço para as obras de arte, mas não podemos separar a reprodução das obras de sua materialidade, pois esta conta igualmente sua história e mantém ativo um fazer inventivo de organismo vivo, como vimos em Pareyson. Contudo não podemos nos enganar em comparar o mundo digital com o mundo físico a partir de parâmetros quantitativos de medida, por exemplo. O MAC Virtual e o MUVA devem ser avaliados com parâmetros novos e apropriados à internet, embora inseridos na especificidade dos museus. Se perdemos nos museus virtuais a possibilidade de circular com o nosso corpo em volta da obra, parando num determinado percurso e explorando essa experiência, ganhamos outras possibilidades de apropriação da arte através de recursos tecnológicos como banco de dados, busca por palavra-chave ou ordem alfabética, documentação da obra com textos de orientação sobre o artista, seu movimento artístico e sobre a própria obra em questão. Enfim, o cenário de circulação do visitante parece exigir um trabalho de curadoria capaz de ultrapassar os limites do tempo e do espaço físicos. Deve ser capaz também de ir além do cubo branco como referencial para o virtual, caso do MUVA, articulando outras cenografias, agora com o paradigma tecnológico da internet.

Ao analisar o projeto transdisciplinar “Arte do século XX, Visitando MAC na Web”, Peccinini caminha em direção a uma percepção curatorial na internet:

“A reflexão foi direcionada no sentido de que a informática não carregava somente a informação mas interferia e propunha um novo meio, um novo cenário para a mensagem relativa ao Museu. Haveria que trabalhar, como tem sido feito, com a ambivalência ou a dualidade entre a questão da memória, incluindo neste conceito a reserva, preservação e estocagem de objetos, a fixidez dos dados técnicos exatos sobre materiais

e medidas de arte e com dados objetivos sobre o artista e por outro lado com a questão da extroversão do museu, a sua interconectividade interna e externa, as possíveis articulações, ou novas leituras, que iam se revelando como uma ação hermenêutica desencadeada pela pesquisa e alavancada pela tecnologia. Neste ponto, revela-se e estabelece-se a relação naturalmente convergente do museu de arte com a memória-história da Arte”¹⁴⁴.

Nesse contexto tecnológico, podemos olhar para o MAC Virtual como uma forma artística capaz de expressar, significar e comunicar uma vontade muito mais inclinada a uma dramatização do que a uma parede branca.

O MUVA, com outra estratégia de primeiro contato, convida os visitantes de forma imediata a entrar e explorar o Museu pois, na perspectiva de Iser, faz a convergência entre o site e a interpretação a partir do real. Em outras palavras, podemos dizer que nossa relação com qualquer edifício, num primeiro momento, é de apreciação ou de interação. Pelo olhar e com todo o histórico pessoal e vivência estética do indivíduo, podemos apreciar e contemplar a arquitetura tanto posicionado fisicamente na frente de um edifício como na frente de um monitor de computador. Por uma decisão e com toda a nossa experiência em lidar com as construções prediais no nível da visão para encontrar a entrada, podemos caminhar para entrar num edifício ou conduzir o mouse do computador para alguma indicação de entrada no monitor. Portanto, diferente do MAC Virtual, que usou uma estratégia mais conceitual e dramática até certo ponto, o MUVA parece estar mais adequado a uma proposta de primeiro contato de convergência entre a materialidade do museu virtual e a percepção do visitante sobre algo familiar. É nesse contato que o Museu ganha existência e proporciona uma experiência ao visitante, o que atualiza não só o espaço museológico como também

¹⁴⁴ PECCININI DE ALVARADO, Daisy V. M. “Museu, história da arte e Internet”. In: *Mito e Razão*. São Paulo: Centro Mario Schenberg de Documentação em Pesquisa em Artes / ECA-USP, 2001, p. 253.

a própria obra de arte. Essa adequação se deu também na primeira obra apresentada no MUVA I, a “La Lucha”, pois, além de apresentar a peça, permite um cenário visual (está no fundo da recepção, ocupando certa posição em relação a outros objetos) e conceitual (o clique sobre a obra traz mais dados que completam nosso entendimento). No MAC Virtual, temos o destaque da escultura de Max Bill, mas não permite mais dados com um clique, reduzindo o cenário ao acaso porque nenhuma outra obra aparece da mesma forma. Todo o acervo do MAC Virtual, das obras digitalizadas, é apresentado apenas no link “Acervo” ou “Catálogo Virtual”, ou ainda em “Exposições”, como registro textual e fotográfico das mostras. Não há registro dos cenários ainda por ser um projeto em andamento.

Certamente, a partir dessas observações, teremos algumas perdas estéticas, artísticas e até históricas. Se o visitante não pode circular em torno da obra fisicamente, obter mais informações torna-se uma alternativa e o cenário digital colabora para a construção de significados com determinada forma artística. Entretanto, como vimos o uso da tecnologia não pode ser ao acaso. Se isso acontece, temos algo meramente instrumental, reduzindo o fazer (no sentido dado por Pareyson) a uma simples ação concreta que se esgotaria no próprio site. Se buscamos uma ação que atinja o espírito, o uso da tecnologia deve dialogar com a proposta curatorial de maneira mais intensa, com a recepção estética dos visitantes e, se possível, com a história de outros museus pois a coletividade pode produzir conhecimentos que este pesquisador não tenha percebido.

3.5. Percursos digitais

Quando entramos no MUVA percebemos que sua estrutura de navegação e circulação interna é bastante simples, permitindo ao visitante experiente ou não no

ambiente digital circular facilmente pelos diversos espaços. O MUVA tem edifício, salas, corredores, escadas, elevadores e pode ser visitado com o mouse de computador nas duas versões, MUVA I e II. Vários detalhes receberam atenção especial tendo como referência a decoração de uma construção como a iluminação do ambiente e dos quadros expostos, a textura das paredes, as formas do teto, o revestimento das escadas, a colocação dos vidros, os detalhes das veredas, a escolha dos espotes e pisos. Nas palavras dos organizadores, o objetivo foi fazer o visitante sentir-se “dentro de um museu real-virtual”¹⁴⁵. Somado a esses detalhes, o MUVA, mesmo sendo virtual, apresenta uma estrutura similar aos dos grandes museus metropolitanos do mundo com hall de entrada, acesso por escadas e por elevadores; em cada piso há um hall central com acesso às salas de exposição. Toda essa estrutura virtual pode ser navegada de sala em sala e de piso em piso com diferentes mecanismos de navegação.

Quando se entra no MUVA, pode-se escolher entre HTML e multimídia. A versão HTML refere-se ao MUVA I, a primeira experiência de museu virtual criada em 1997. Quando clicamos nesta versão, abre-se uma pequena janela (imagem 15) que simula a recepção do museu em terceira dimensão, incluindo escadas para o piso superior, painel com as exposições, indicativo para mensagens de correio digital (pede nome, e-mail e mensagem quando clicamos), uma pessoa atrás de um balcão escrito “informes”¹⁴⁶ e três botões em forma de círculo para direcionar o olhar (à direita, atrás, à esquerda) com um clique de mouse. Ao fundo, temos o nome do museu “MUVA” na parede, escrito com peças de letras estilizadas e ainda mais duas entradas, oferecendo ao centro a primeira obra que encontramos, a “La Lucha”, de Eduardo Yepes. Passando

¹⁴⁵ “Como se hace el Muva”. MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/muva.html>, acesso em 03/01/2008.

¹⁴⁶ Quando clicamos, temos acesso à proposta do Museu com o texto “MUVA: Ingrese al arte latinoamericano a traves de la creacion uruguaya”. MUVA, http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/que_es.html, acesso em 02/01/2008.

o mouse sobre alguma das entradas das salas, escadarias ou painel com as exposições o visitante pode clicar e entrar num novo ambiente como se fosse transportado para outro ponto do edifício. Pode-se apreciar o ambiente e cada obra (escultura, desenho, pintura e instalações) clicando em três botões em forma de círculo (a da esquerda dá giro à esquerda de 45 graus; a da direita dá giro à direita de 45 graus; a central dá giro de 180 graus, permitindo ver atrás) ou ainda clicar numa obra específica para obter melhor visualização¹⁴⁷ e mais informações como identificação da obra, do artista e artigos de especialistas.

Abaixo da tela onde se apresenta o campo visual do MUVA há uma estreita barra horizontal de navegação com mais opções: a planta de parte do Museu, mapa do site, botão de “novidades” e de “ajuda”, “prêmios”, sobre o MUVA, “análises”, “correio” e “info” que nos leva ao mesmo texto de “informes”, além do logo do Museu representada por um círculo com a letra U no centro. A planta de parte do museu localizada na região inferior do navegador permite ao visitante saber onde está parado e para qual direção está olhando. O “mapa do site” nos mostra todos os pisos do museu, além dos textos informativos, institucionais, de boas-vindas, de ajuda e de formulário para envio de mensagens. Quando clicamos sobre o botão “MUVA”, abre-se um texto de boas-vindas da diretora do Museu, Alicia Haber. Em “análises”, temos uma breve descrição de cada uma das exposições que constituem o museu, como se fosse um registro de exposição. Na verdade, são as próprias exposições.

Embora o visitante possa simular a visita numa arquitetura de museu com escadas, salas e a exposição das obras, o site está estruturado em fotografias, links e textos. Não há nenhum programa sofisticado de computador para provocar a sensação

¹⁴⁷ Descrito no site com o botão zoom, o visitante pode clicar para observar a obra em um tamanho maior.

de um ambiente virtual. Ou seja, quando entramos numa sala, na verdade, estamos diante da fotografia de uma sala com obras (imagem 16) a partir da perspectiva de quem está entrando. Podemos dar um giro de 360 graus clicando cerca de oito vezes nas bolinhas de navegação e vamos ver oito fotografias que dão a sensação de movimento dentro da sala.

Imagem 16: Uma das salas do MUVA I com a exposição de Lacy Duarte.

A versão multimídia refere-se ao MUVA II, a segunda experiência de museu virtual inaugurada em agosto de 2007. O visitante também simula a visita numa arquitetura de museu com escadas, salas, exposição de obras e som ambiente. Enquanto no MUVA I entramos diretamente na recepção, no MUVA II podemos apreciar a área externa do Museu (imagem 17) na avenida Presidente Wilson, em Punta Carretas, com vista para o Rio La Plata (imagem 18). Temos som de mar, de ventos leves e canto de pássaros em ciclos de som. A partir de um ponto fixo vemos o Museu e com o mouse mais à direita ou à esquerda conseguimos dar um giro de 360 graus, observando

prédios, árvores, carros estacionados e pessoas paradas, o que nos leva a dizer que estamos diante de uma fotografia¹⁴⁸ em movimento e não diante de um conjunto de fotografias como é o caso do cinema, dando a sensação de realidade. Diferente do MUVA I, o site está estruturado em infinitas fotografias, controladas em parte pelo mouse do visitante, com links, textos, vídeos e outros recursos interativos, integrados pela tecnologia Flash¹⁴⁹. Ou seja, quando entramos numa sala, na verdade, estamos diante de uma fotografia que permite movimento com o mouse indicando a direção à direita ou à esquerda (imagem 19), o que provoca no visitante uma sensação de passeio bastante realista por dentro de um edifício. Em comparação com o MUVA I e com o MAC Virtual, sem dúvida, devemos reconhecer certa inovação na maneira como as obras são apresentadas no MUVA II. Porém, mais do que reconhecer as qualidades, queremos, nesta pesquisa, conhecer, analisar e explicar como as artes se inserem nesse contexto tecnológico.

¹⁴⁸ Usamos o termo fotografia para ressaltar a característica de congelamento da imagem e não como registro da realidade. Por exemplo, uma porta que fica sempre na mesma posição pode ser uma fotografia no nosso entendimento, embora não seja real mas sim uma criação feita a partir de algum programa de computador capaz de modelar, dar textura, iluminação e perspectiva.

¹⁴⁹ **Flash** são arquivos gerados no programa Adobe Flash, desenvolvido e comercializado pela Adobe Systems, empresa especializada em desenvolver programas para auxiliar profissionais a criarem páginas na internet. É uma tecnologia que reúne áudio, vídeo, textos, imagens e gráficos vetoriais e, de forma bastante dinâmica, interage com os usuários através dos navegadores de internet como Internet Explorer ou Mozilla Firefox.

Imagem 17: Fachada do MUVA II, hipoteticamente localizado na Avenida Presidente Wilson, em Punta Carretas.

Imagem 18: Fachada do MUVA II, hipoteticamente com vista para o Rio La Plata.

Imagem 19: Sala com exposição de Ignacio Iturria no MUVA II, que permite ir à direita ou à esquerda com o movimento do mouse, além de dar acesso a uma visão mais detalhada da obra com um clique.

Assim como na primeira experiência de museu, no MUVA II há também uma estreita barra horizontal de navegação com links semelhantes. A planta de parte do Museu localizada na região inferior do navegador também permite ao visitante saber onde está parado e para qual direção está olhando, facilitando o acesso com um clique. Com o olhar conduzimos a seta do cursor usando o mouse rumo à direita, à esquerda ou à diante, avançando pelos corredores, escadas, entrando e saindo das salas, usando ou não os elevadores (até a finalização desta dissertação não estavam funcionando). Antes de clicar numa entrada, por exemplo, sempre aparece uma etiqueta de identificação do local e nome do artista, como “Sala 2 – Lacy Duarte”. No MUVA I, essa flexibilidade de movimento é limitada a passar o mouse em cima de uma escada, corredor ou porta e clicar para avançar, tendo ainda as três bolinhas de navegação.

A diferença da barra horizontal no MUVAIL em relação ao I é que podemos

minimizar¹⁵⁰ essa estrutura de navegação com um simples clique. O interessante desse recurso é aumentar a área de visão do interior do Museu para o visitante apreciar as obras. Na mesma barra, temos um link para o *El País Digital*, site do diário que viabilizou o projeto digital, o que não acontece no MUVA I, refletindo uma visibilidade mais destacada da iniciativa privada. Temos também um link separado para vários textos no *El País* de reportagens e fotografias sobre o lançamento do Museu, uma espécie de edição especial (imagem 20).

Imagem 20: Cobertura especial sobre o lançamento do MUVA II realizada pelo El País Digital.

A grande novidade que merece destaque é o item “Mi colección”, onde podemos guardar obras à medida que visitamos o Museu. Ao final, o visitante pode apreciá-las todas em conjunto. Não chega a ser uma curadoria do visitante, mas trata-se de um recurso interessante no sentido de estimular a seleção para um olhar mais atento, já que

¹⁵⁰ Minimizar significa recolher ou esconder. No caso da barra horizontal de navegação, ela se recolhe para a parte de baixo, desaparecendo do monitor.

um dos recursos oferecidos é uma lupa em forma de ícone. Jogando um quadro sobre a lupa, vemos a imagem ao centro da tela com vários menus à direita e à esquerda, como o “Duelo”, de Lacy Duarte (imagem 21). À direita sempre temos dois blocos. No primeiro, sobre o artista, temos a biografia, opinião com vários textos do gênero, exposições com uma cronologia e galeria de fotos. No segundo bloco, sobre a obra, temos a opção de zoom, análises de especialistas, incluindo textos da própria curadora, glossário, bibliografia, créditos e agradecimentos. À esquerda, temos três blocos. No primeiro, a opção de incluir a obra em “Mi colección” e de ver o conjunto do que já selecionamos. No segundo, temos um ou mais itens multimídia com vídeos dos artistas produzindo em seus ateliês, em conversas informais ou em entrevistas. Temos também outros entrevistados, declarações, narrações de textos e registros de outras exposições que tenham relação com a artista, como é o caso da exposição internacional de arte de Lacy Duarte chamada “Territorio/erritorios” na Bienal de Veneza, na Itália. O Uruguai foi um dos três países da América Latina a participar com um pavilhão próprio, além do Brasil e da Venezuela. No terceiro bloco, temos o recurso de comparação de obras, podendo selecionar dois quadros, por exemplo, para um olhar lado a lado, podendo dar zoom, mudar a cor de fundo, e ainda enviar a comparação para outra pessoa e optar por enviar uma cópia ao curador. Apesar da “Mi colección” ser uma inovação relevante como experiência estética, o visitante pode se frustrar ao selecionar acima de seis obras pois esse número é quantidade limite do sistema. Outro aspecto negativo é o fato de não permitir ao visitante retornar e dar continuidade à coleção pois quando o navegador de internet é fechado, a seleção desaparece.

Imagem 21: Apresentação da obra “Duelo”, de Lacy Duarte, com vários recursos para “ver” melhor a obra como biografia, opinião, glossário, entrevistas.

A curadoria das obras para as exposições nasce a partir da investigação de especialistas. Alicia Haber, curadora de espaços físicos como o Centro Municipal de Exposições, em Montevidéu (Uruguai), tem exercido esse papel na escolha das obras expostas no MUVA I e II. Além da ação de seleção das obras com critérios do curador, a montagem das mostras tem várias etapas técnicas: ir até o local físico onde a obra de arte se encontra para fotografar com permissão expressa dos autores ou proprietários; revelação e digitalização através de escâner de alta resolução (atualmente, com câmeras digitais não há a necessidade dessa etapa); tratamento digital para eliminar imperfeições e marcas; apresentação nas salas; aplicação de iluminação adequada; programação para permitir a navegação pela sala com observação em primeiro plano, com zoom para aproximar e distanciar; inserção de links para dados técnicos, análise de composição, análise mais profunda, biografia do autor e informação geral sobre o tema que envolve a mostra¹⁵¹. Abaixo temos uma sequência de outras obras do mesmo artista, podendo

¹⁵¹ “Como se hace el Muva”. MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/muva.html>, acesso em 03/01/2008.

ser clicado a qualquer momento. Esses recursos são os mesmos para todas as obras do acervo, mudando apenas o conteúdo, o que nos faz lembrar da presença tecnocultural de Sodré, pois a construção cenográfica, neste caso, repete-se de forma seriada. Esse padrão de construção do sentido tem explicação nos custos. Criar uma maneira nova a cada exposição elevaria bastante o custo para a manutenção do projeto.

Quando entramos no MAC Virtual (imagem 14) percebemos que sua estrutura de navegação e circulação interna se divide em três grandes eixos: Museu Universitário, Museu Experimental e Museu Lúdico. As identificações estão respectivamente nas regiões superior esquerdo, inferior esquerdo e inferior direito. O acesso a essas áreas pode ser feito passando o mouse e clicando em uma das regiões. Como arquitetura da informação, cada eixo coincide com os cantos de uma parede, ou seja, temos a simulação de uma sala com paredes brancas que recebe um fundo estilizado¹⁵² como marca d'água da instalação “Paradoxo do Santo” (1994), de Regina Silveira. A obra de Max Bill, “Unidade Tripartida” (1948), fica bem ao centro como se fosse uma exposição virtual. Trazer algo conhecido como os cantos de uma parede para organizar as informações e garantir um ambiente mais familiar, além de mostrar uma obra como se estivesse numa exposição, demonstra certa preocupação com o visitante mais leigo, dando a idéia de um museu virtual. Entretanto, a marca d'água, como já analisamos, aparece na maioria das páginas, criando um cenário desagradável para algumas pessoas, como ficou comprovado nos comentários recebidos pelo Museu. O fato da obra de Max Bill sempre aparecer na mesma página nos parece inadequado pois não reflete o dinamismo de um museu como o MAC USP com várias exposições e eventos, e também acaba ignorando o acervo de 10 mil obras ao apresentar apenas uma peça

¹⁵² Entendemos por “estilizada” qualquer alteração de imagem a partir de um original. Neste caso, os criadores do site pegaram a sombra contruída pela Regina Silveira a partir da escultura Monumento Caxias, de Victor Brecheret, e a transformaram numa sombra ou marca d'água como um fundo do site.

como destaque. Pelo menos foi o que percebemos no período em que acompanhamos o Museu, de 2006 à 2007.

O Museu Universitário recebeu destaque em relação aos outros eixos porque é o primeiro a aparecer depois da página inicial. Sua proposta é “tornar visível a ação do acervo, laboratórios, projetos, exposições e demais atividades do MAC USP”¹⁵³. O menu do Museu Universitário apresenta “MAC USP” (apresenta os três edifícios do Museu), “Organograma” (com a equipe do MAC), “Mapa do site”, “Visita Virtual” (um passeio por dentro do MAC, sem informação sobre a data do registro), “Catálogo Virtual” (acervo com 316 obras digitalizadas com comentários e busca), “Gabinete de papel” (obras sobre papel apresenta, na verdade, apenas breve biografia do artista, sem imagens), “Vídeo institucional”, “Documentário” (MAC USP 40 anos), “Eventos” (agenda de encontros, congressos, fóruns), “Atividades” (Divisão de Pesquisa - Teoria e Crítica da Arte, Divisão Técnico Científica de Acervo, Divisão Técnico Científica de Educação e Arte, Laboratório de Conservação e Restauro de Papel, Laboratório de Conservação e Restauro de Pintura e Tridimensionais, Setor de Museografia), “Biblioteca” (com informações e links do acervo), “Sobre o MAC Virtual” (a proposta do projeto com logo do MAC USP e do Grupo Santander Banespa), “Parceiros”, “Fale conosco” (um formulário para mandar e-mail ao MAC) e “Busca” (em exposições, cursos, notícias, projetos). Além dessas opções, à direita temos quatro outros itens: “Exposições”, “Acervo” (vai para “Catálogo Virtual”), “Cursos” e “Projetos”. Observamos que este eixo reúne informações mais institucionais do Museu, além do acervo. O destaque fica para “Exposições” onde encontramos os registros de todas as exposições desde 1995, quando o MAC USP entrou na rede.

¹⁵³ MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 25/12/2007.

No menu do Museu Experimental do MAC Virtual, temos “Resgate de obras” (vazio até 10/01/2008), “Curadoria virtual 3D”, “Plataforma 21”, “Internet 2” (vazio até 10/01/2008), “Outros projetos” e “Chamadas” (vazio até 10/01/2008). Sua proposta é promover “pesquisas, curadorias e criações”¹⁵⁴. Em “Curadoria virtual 3D” fizemos nosso cadastro, entramos no sistema e selecionamos algumas obras do acervo, mas quando visitamos a exposição criada nenhuma imagem apareceu. Fizemos mais tentativas em momentos diferentes e em outros navegadores sem obter sucesso. Sobre esse recurso, Miranda afirma:

“Não serviu para nada porque a curadoria virtual no original era para propor uma exposição para o Museu. Põe as obras, faz o que é preciso, como é que ficaria, o que você acha, envia para nós e para os amigos. Monta a sua exposição, convida o público para ir ver. O público vai ver e comentar sobre a exposição que você montou. Por que você colocou a Tarsila do Amaral ao lado dessa escultura? Não tem relação. Essa é a idéia de uma curadoria virtual. Não é só para brincar de colocar quadro na parede. Tanto é que não funcionou. Não tem ninguém cadastrado”¹⁵⁵.

Em “Plataforma 21”, temos um texto explicativo sobre discussões ocorridas a partir de 2002 em torno de “produções artístico-culturais que trabalham com a convergência de linguagens, mídias e tecnologias, e procura incentivar ou criar programas, eventos ou projetos culturais voltados a criações que explorem novas intersecções, materiais e técnicas inovadoras, incentivando a divulgação da Arte”¹⁵⁶. Em “Outros projetos” temos uma descrição de cada projeto do MAC USP.

¹⁵⁴ “Página inicial”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 12/12/2007.

¹⁵⁵ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

¹⁵⁶ “Plataforma XXI – MAC Virtual”. MAC Virtual, http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/projetos/plataforma21/template_projetos_plataforma21.asp, acesso em 20/12/2007.

No menu do Museu Lúdico, que visa “interatividade lúdica e educativa”¹⁵⁷, percebemos uma ruptura de navegação no MAC Virtual, antes localizada na região superior esquerda, logo abaixo do eixo em que se está navegando. No lugar do menu, temos um texto de orientação: “Bem-vindo ao Museu Lúdico, o caldeirão virtual artístico mais contemporâneo do Brasil. Aqui você poderá realizar uma navegação experimental que irá introjetar a arte contemporânea em seus poros”¹⁵⁸. Na região central, descobrimos os menus em forma de imagens de obras que ficam passando da esquerda para a direita. Temos como opção “A cor da obra”, “Arte + 3D”, “Monte e crie”, “Desenho livre”, “Máquina de barulhar”, “Quebra-cabeça dura”. Quando clicamos em “A cor da obra”, abre-se uma janela com a fotografia da escultura o “Grande Cavalo” (1951), de Marino Marini, mas não aparece qualquer identificação da obra ou do artista. À esquerda, dentro da janela, temos três botões que podem ser arrastados para baixo, intensificando as cores (vermelho, verde, azul) que podem ser aplicadas à escultura. Em “Arte + 3D”, o visitante pode escolher entre três esculturas (apenas duas estão identificadas: “Parla” de Cildo Meireles e “Grande cavalo” de Marino Marini) e clicar para abrir uma janela onde mostrará traços digitalizados da escultura num movimento 3D. Em “Monte e crie”, o visitante tem três faixas horizontais imaginárias (cabeça, corpo e pernas) com setas à direita e esquerda. Quando clicadas temos partes de quadros com a respectiva região (cabeça, corpo e pernas). Em “Desenho livre”, temos um pincel que muda de cor. Com o mouse, podemos pintar algumas obras do acervo. A “Máquina de barulhar” apresenta alguns instrumentos musicais estilizados, permitindo ao visitante brincar com o mouse, tirando alguns sons. Em “Quebra-cabeça dura”, temos as “Costureiras” (1950), de Tarsila do Amaral, em pedaços e com a ajuda do mouse vamos montando até o quadro ficar completamente montado, quando aparece a identificação

¹⁵⁷ MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 25/12/2007.

¹⁵⁸ “Museu Lúdico”. MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br/mac/ludico.html>, acesso em 20/12/2007.

da obra. Também temos “Art card”, um conjunto de 8 cartões digitalizados de obras do acervo que podem ser enviados por e-mail com uma mensagem personalizada do remetente. Esse eixo vem recebendo críticas e na pesquisa percebemos que o setor educativo do Museu não foi consultado.

Fizemos questão de descrever em detalhes cada item do menu dos três eixos para demonstrar o grande problema do MAC USP na internet: a quantidade de informação. Miranda explica que são inúmeros e-mails recebidos com perguntas sobre horário de funcionamento, como se inscrever em um curso, o procedimento para uma visita etc. “Não precisaria perguntar pois está escrito no site”, explica. Percebemos também, com a descrição, que todas as ações do site estão de certa forma voltadas para atender as demandas do MAC USP. Diferencia-se do MUVA justamente a partir da proposta pois efetivamente está voltado para viabilizar a necessidade de comunicação do Museu, ou seja, o MAC Virtual insere-na internet como um espaço de divulgação do acervo, de suas atividades e serviços. O MUVA, por outro lado, também é um site, mas que trata a arte ou o registro da arte por meio de fotografias como se fosse um museu real ao expor obras com certa referência ao museu real. O Museu uruguaio também estimula a apreciação das obras e pratica certa linha curatorial na própria rede, além de ser um site de museu que divulga a arte por meio de informações, entrevistas, artigos e outros textos. Diferente do MAC Virtual, o MUVA não pode ser visto como o site de um museu. Diferente do MUVA que preocupou-se mais com o ambiente de navegação tendo a obra de arte como destaque e centro articulador de todos os conteúdos, o MAC Virtual disponibiliza todos recursos dos menus referindo-se ao MAC USP como instituição responsável por importantes obras da arte contemporânea da América Latina. Essa característica fica evidente nos menus do eixo Museu Universitário, onde o MAC USP como instituição está sempre presente. Em outras palavras, o MAC USP é o articulador de todas as informações, funcionalidades e experiências de seu site. O MAC Virtual,

portanto, insere-se mais como um site informativo (texto e imagem) com banco de dados de acervo e recursos multimídia.

O “Catálogo Virtual” e a “Visita Virtual” do eixo Museu Universitário do MAC Virtual merecem destaque por apresentarem algumas semelhanças e diferenças em relação ao MUVA e colaboram ainda para desvendar alguns parâmetros de como a internet está sendo utilizada para divulgar as artes visuais. Quando clicamos no “Catálogo Virtual”, abre-se uma janela (imagem 22) com três grandes áreas: região superior e inferior. Na parte superior, ocupando 25% da janela, temos imagens de obras do acervo uma ao lado da outra em movimento e podem ser clicadas, além do título “Acervo MAC USP”. Na região inferior, ocupando 75% da janela, temos à esquerda a apresentação de textos de orientação, descrição da obra ou biografia do artista e à direita temos as obras do acervo em ordem alfabética, busca avançada¹⁵⁹ e glossário. O visitante que procura uma obra vai encontrar apenas cerca de 3% do acervo. Miranda explica:

“A equipe que cuidou do MAC Virtual escolheu só colocar acessível na internet as obras digitalizadas por eles, que tivessem um texto biográfico do artista e um texto crítico sobre a obra acompanhando. Isso além de dar um trabalho enorme durante esse tempo (de implantação do projeto), conseguiu, das 10.000 obras, colocar no ar 240”¹⁶⁰.

¹⁵⁹ Definimos como busca avançada aquela que permite escolher o campo a ser pesquisado num banco de dados. No MAC Virtual, por exemplo, temos busca por título, descrição, tema, autor, coleção/doação, movimento, tendência, técnica, gabinete de papel, período.

¹⁶⁰ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezzer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

Imagem 22: “Catálogo Virtual” do MAC Virtual: à esquerda textos de orientação, descrição da obra ou biografia do artista e à direita temos obras em ordem alfabética, busca avançada e glossário.

A “Visita Virtual” do eixo Museu Universitário do MAC Virtual chamou nossa atenção por apresentar algumas semelhanças em relação ao MUVA. Ao passar o mouse sobre o item, temos a chamada “Visite o MAC de uma maneira bem diferente. Você se sentirá em outra dimensão” e quando clicamos abre-se uma janela (imagem 23) com a imagem da área externa do MAC Cidade Universitária, um edifício físico do Museu. Ao lado dessa imagem, temos uma planta do Museu com alguns pontos, indicando a perspectiva de um ponto da planta. Se clicarmos num desses pontos, somos imediatamente transportados visualmente, alterando a imagem do lado esquerdo. Com o movimento do mouse conseguimos ir à direita ou à esquerda nesta imagem e a partir de um ponto fixo giramos 360 graus, muito semelhante ao MUVA II. Passando o mouse sobre a entrada do edifício, podemos clicar e ter acesso ao interior do Museu e todas as suas salas com as obras do acervo. Não temos a sensação de estarmos andando, mas sim de girar. Entretanto, abaixo da imagem, a área onde vemos o Museu, há três ícones: um sinal de menos, de mais e interrogação. O “mais” e “menos” indicam que podemos aproximar ou recuar a visão, dando a sensação de estarmos caminhando para frente ou para trás. Clicando em interrogação, todos os pontos da imagem onde

podemos clicar altera sua cor levemente para azul transparente, indicando que é uma área clicável. Clicando sobre um quadro com essa indicação, abre-se uma janela do “Catálogo Virtual” com a descrição, o artista e textos explicativos. Quando clicamos numa escultura, a resposta é diferente. No lugar do catálogo, vemos a obra mais próxima e podemos orientar o mouse para esquerda ou direita, dando a sensação de estarmos circulando ao redor da peça. O problema é que não temos qualquer identificação da escultura. Teríamos que ir ao “Catálogo Virtual” e procurar obra por obra até identificá-la pela imagem e assim ter acesso a mais informações. Portanto, temos basicamente três formas de realizar a “Visita Virtual”: girar a partir de um ponto para observar 360 graus do ambiente; aproximar ou recuar com a sensação de caminhar; obter mais informações sobre algumas obras (alguns quadros da visita não constam do acervo quando clicamos); circular em torno de uma escultura escolhida; e, por fim, transportar de ponto a outro a partir da planta do Museu. A diferença em relação ao MUVA está no tamanho da tela, cerca de nove vezes menor, tendo como referência um monitor de 15 polegadas. Porém, as semelhanças são grandes, como já descrevemos.

Imagem 23: “Visita Virtual” do MAC Virtual: com o movimento do mouse conseguimos ir à direita ou à esquerda, entrar nas sala e apreciar as obras, muito semelhante ao MUVA.

O problema, tanto do MUVA I e II quanto na “Visita Virtual” do MAC Virtual, está em não haver um registro do tempo. Temos a informação das obras, datas marcantes da biografia dos artistas e até notícias datadas, mas as exposições virtuais como do MUVA e o registro da exposição física do MAC USP estão num tempo indeterminado, como se não houvesse história. É claro que a história não se reduz às datas e dados complementares, mas pelas marcas temporais podemos confrontar mudanças, evoluções, retrocessos, inovações, enfim construir uma história. Sobre o MAC Virtual, especificamente sobre a visita virtual, Miranda comenta:

“Pegaram as coisas possíveis de fazer tecnologicamente e fizeram mas o museu não está mais assim. As obras que estão colocadas aqui não estão mais aí. O museu não está mais desse jeito. Não há uma referência de data ou de momento. É uma visita virtual do jeito que estava no dia em que fizeram a filmagem. No mínimo tinha que ter uma informação”¹⁶¹.

No caso do MAC Virtual, a “Visita Virtual” que está em uso acaba sendo algo secundário e lúdico por essa deficiência de registro. Para o visitante, vale mais ir direto em “Exposições”, onde encontramos os registros de todas as exposições desde 1995, sem dúvida um importante serviço prestado pelo MAC USP na internet. Este espaço apresenta de forma sistemática dados básicos como descrição, período, local e funcionamento da exposição. Em alguns casos, como na de “Paulo Bruscky - ars brevis”, temos a apresentação da curadora Cristina Freire, os núcleos das exposições e imagens da exposição. A diretora do MAC USP, Lisbeth Rebollo Gonçalves, informa que até o momento documentou-se as exposições e agora foi instituído o registro do cenário real. “Temos idéia de fazer sim porque é a história da exposição”, explica. Além de mostrar a obra, os dados sobre a obra e o artista, é preciso mostrar como tudo se articulou no espaço, mostrando as relações existentes. Todo esse trabalho é que vai garantir certa

¹⁶¹ Ibidem.

experiência de circulação virtual dentro do museu e isso precisa ser registrado por se tratar da história da exposição.

3.6. O futuro do espaço digital das artes

Compreender como as artes habitam a internet exige mais do que uma observação do presente e do passado como fizemos até o momento. É necessário identificarmos perspectivas, sonhos, projetos e utopias que alimentam o cotidiano e o imaginário dos profissionais que atuam em museus. Com esse objetivo, a fim de construir um quadro de futuro mais completo do estado das artes no mundo digital, abordamos a gestão do museu, sua capacidade educativa, os próximos recursos digitais a serem implantados e outras inquietações diante da tecnologia e das novas formas de se comunicar.

A visão da diretora do MAC USP, Lisbeth Rebollo Gonçalves, pode nos ajudar a pensar a internet de maneira estratégica. Para ela, os museus que têm sites são mais conhecidos e visitados. Embora seja uma preocupação a mais para o museu, habitar a internet tornou-se decisivo para as instituições que fomentam cultura e o conhecimento das artes pois qualquer pesquisa exige um contato com a internet através dos mecanismos de busca como o Google¹⁶² ou diretamente no site do museu. Gonçalves afirma:

“A primeira entrada é a internet. Todo mundo sabe que nem sempre o que se acha na internet é perfeito, às vezes há erros de data, há uma porção de coisas erradas, mas é uma porta de entrada. E é uma maneira, imprescindível de comunicação nos dias atuais. Hoje em dia, não dá para pensar um museu que queira ter uma interface com o público que não tenha o recurso digital. É uma das facetas da comunicação atual, não só local, mas internacional”¹⁶³.

¹⁶² Acesso pelo endereço na internet <http://www.google.com.br>

¹⁶³ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa

Se qualquer museu precisa ter um site na internet para manter uma interface com o público, não podemos ignorar o fato da internet gerar outras demandas e atrair públicos muitas vezes desconhecidos. Isso porque não estamos mais diante do público, mas sim de hábitos de interatividade e comunicação. No limite dessa reflexão, teríamos até públicos distintos para o museu e para o site do museu, o que nos leva a cogitar a internet mais como um instrumento estratégico. Gonçalves, nessa perspectiva, relembra a entrada do MAC USP na rede mundial:

“No começo, eu me lembro que, quando foi criado o site em 1995, a primeira coisa que perguntaram foi se o MAC não ia perder público. Com o site está ganhando novos públicos e eventualmente trazendo para o Museu outros públicos. Acho que é diferente você aproximar-se do Museu na internet, que é informativa e lúdica, e ter uma experiência de visita corporal ao espaço real de uma exposição. Sua experiência é diferente. Uma não substitui a outra”¹⁶⁴.

Se no museu físico como o MAC USP, o espaço digital amplia e atrai novos públicos, potencializando sua visibilidade e reconhecimento, o que acontece quando a experiência corporal não existe porque a presença do edifício nunca se realizou? É o caso do MUVA, que deve enfrentar sua inexistência física pois os espaços legitimados social e culturalmente como os museus tradicionais e os centros de cultura ainda concentram todas as atenções, tanto dos artistas quanto da própria sociedade, animando o trabalho e justificando esforços. “Geralmente os artistas valoram mais o espaço físico”¹⁶⁵, afirma Alicia Haber, diretora do MUVA, ressaltando a importância de se reconhecer o valor da internet para todos os profissionais envolvidos e engajados em promover

de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: arquivo pessoal, realizada em 27/11/2007.

¹⁶⁴ Ibidem.

¹⁶⁵ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

o conhecimento e a apreciação das artes, incluindo o cidadão, o poder público e a sociedade em geral:

“Eles não se deram conta de algumas coisas. Por exemplo, aqui no fórum (referência ao encontro AICA - Associação Internacional de Crítica de Arte, realizado em outubro de 2007, em São Paulo) chegou uma curadora e me disse que vai fazer uma exposição de mulheres e que já tinha visto a obra da Lacy Duarte no MUVA. **O mesmo aconteceu em Frankfurt. E agora tem uma mulher em Miami que quer comprar a obra de Lacy Duarte. E ela viu primeiro no MUVA. Mas o artista geralmente não percebe a importância do museu virtual porque não vai haver uma venda e nós realmente não vendemos nada mesmo. Mas temos muito reconhecimento**”¹⁶⁶.

Além do prestígio do Museu no Uruguai e em outros países, Alicia Haber é frequentemente convidada a participar de congressos de cultura e internet ou de museus e internet. Teses acadêmicas, revistas, sites e livros também são espaços gerados para a arte uruguaia a partir do MUVA. “Temos citações em publicações na Dinamarca, nos Estados Unidos e muitos outros países”, afirma. O próprio trabalho curatorial da diretora do MUVA foi ampliado:

“Fiz curadoria pela internet que foi só pela internet com mulheres fotógrafas no Encontro Geral das Américas em Quebec (Canadá), um evento com muita importância política. Eles convidaram museus da América Latina e o MUVA foi o único museu virtual que eles consideraram como sendo real. Havia grandes museus da América Latina e o MUVA, **mas** eles sabiam muito bem que era um museu totalmente virtual. Mandeí muitas imagens de mulheres e eles ficaram encantados com a variedade das imagens e depois escolhemos algumas. Imagina quatro museus da América Latina e apenas um museu totalmente virtual do Uruguai. Fizemos uma exposição maravilhosa de mulheres. Eu escolhi gênero e Bogotá escolheu violência. Eram temas gerais para essa conferência mundial,

¹⁶⁶ Ibidem.

mas eu escolhi gênero porque me senti melhor com esse tema”¹⁶⁷.

O confronto entre a preferência pelos espaços físicos legitimados e toda a dinâmica conquistada em torno de um museu totalmente virtual como é o caso do MUVA deve estimular a mudança de paradigma entre os profissionais que lidam com a arte, como podemos perceber no discurso de Haber:

“(...) o Uruguai é conservador por natureza. Não é conservador na religião ou na política porque tem governo de esquerda. É conservador nas mudanças. O uruguaio não gosta de mudanças e isso já está nos estudos sociológicos sobre o Uruguai. Então, a mudança vem muito lentamente. E o MUVA é uma mudança de paradigma na maneira de mostrar as artes. O artista vai e expõe no MUVA, mas para ele é o catálogo, a exposição física que realmente importa”¹⁶⁸.

Mesmo havendo uma barreira cultural diante da internet, o MUVA conquistou reconhecimento de especialistas e do público em geral. Apesar da situação de valorização da exposição física, percebemos certo engajamento cultural em torno do projeto de museu virtual e de uma percepção política e de identidade nacional:

“(...) o meu objetivo não é tanto para o Uruguai. É para o Uruguai também essa iniciativa, mas olho para pessoas do interior do país que não vão a Montevideo, escolas com milhares de alunos e temos também cerca de um milhão de uruguaios fora do país. Tem uruguaios na Austrália que escreve ao MUVA dizendo sentir muita saudade do Uruguai. Recebemos muitas correspondências com mensagens parecidas”¹⁶⁹.

Embora a internet ainda seja um instrumento de acesso restrito em relação

¹⁶⁷ Ibidem.

¹⁶⁸ Ibidem.

¹⁶⁹ Ibidem.

a países como Estados Unidos, Brasil e Uruguai devem investir cada vez mais em iniciativas como a do MUVA e do MAC Virtual, promovendo uma quebra estratégica de paradigma para ampliar e criar novos públicos, novos hábitos e formas de comunicar, indo além do virtual. O relatório do Índice de Desenvolvimento Humano 2007/2008, divulgado pelo Programa das Nações Unidas para Desenvolvimento, mostra os dois países da América Latina em situações semelhantes com relação ao uso da rede mundial de computadores. No Brasil, a cada mil habitantes, 195 tinham acesso à internet em 2005. No Uruguai, esse número cai para 193 usuários. Os números indicam um desempenho à frente de Chile (172), Argentina (177) e México (181), colocando Brasil e Uruguai muito próximos em relação à inclusão digital. Em comparação com países mais desenvolvidos, os dois países ficam bem atrás. Nos Estados Unidos, a cada mil, 630 habitantes têm acesso contra 430 na França. A Islândia, no topo da lista, tem 869 habitantes com acesso à rede a cada mil¹⁷⁰. Porém, foi justamente diante desse quadro de acesso restrito à internet que o MUVA nasceu há dez anos e ganhou um espaço além do virtual e o MAC Virtual tornou-se um espaço complementar ao físico, além de garantir novos públicos. Estaríamos, portanto, diante de uma estratégia digital? Vamos entrar na rede e investir em projetos virtuais mesmo diante de uma pequena inclusão digital? Arriscamos numa resposta positiva pois o espaço físico inexistente garantiu a percepção de artistas como Lacy Duarte em decisões curatoriais para além do pequeno acesso à internet; e ainda assim precisou dela, a rede mundial de computadores, para iniciar e provocar uma mudança de paradigma.

Novos desafios se colocam quando pretendemos mudar a maneira como olhamos para o espaço digital. O MUVA, que expõe no seu museu virtual pinturas,

¹⁷⁰ *Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008. Combater as alterações climáticas: Solidariedade humana num mundo dividido*. New York, Portugal: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf , 2007, pp. 275-276.

desenhos e fotografias, agora quer investir na exposição de esculturas. Falta apenas uma tecnologia viável e que seja economicamente acessível. “Temos que conquistar um caminho que seja muito econômico e que dependa mais de nós”, afirma Haber¹⁷¹. No MAC Virtual, como já comentamos, temos a exposição de esculturas na sua “Visita Virtual”, que permite perceber a obra circulando ao seu redor. Entretanto, falta a identificação da obra. Falta, portanto, fazer alguma ligação entre a obra e as informações complementares, além de contextualizar a exposição, no mínimo, informando a data de registro, o nome da exposição e sua proposta. Isso sem falar do registro dos cenários por se tratar da história da exposição, como já comentamos.

Para promover maior interatividade com o público, outro desafio do Museu uruguaio deve ser a criação de um blog¹⁷² para aumentar o envolvimento dos visitantes. “Um blog já deveria estar no ar imediatamente”, enfatiza a diretora. Para que isso seja possível, a iniciativa exige recursos humanos para administrar o blog pois Haber teme a postagem de pornografias ou insultos nos comentários, que seriam inadequados para a proposta do MUVA. O MAC Virtual também tem um blog na sua lista de projetos para a comunicação do Museu, como um espaço para colocar notícias e receber comentários. Os temas poderiam envolver desde uma notícia de jornal, uma exposição ou até uma palestra envolvendo o Museu. Numa visão mais integrada com o site, a participação seria mais valorizada, segundo Sérgio Miranda, do MAC USP:

¹⁷¹ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

¹⁷² **Blog** ou **blogue** é uma página na internet com atualizações em ordem cronológica inversa, ou seja, os textos mais recentes ficam no início da página. Seu conteúdo pode ser temático, pessoal, profissional ou corporativo. Há na internet uma infinidade de iniciativas oferecendo espaços gratuitos e ferramentas fáceis de se usar para criar e manter um blog, bastando fazer um cadastro. O blog vem transformando a relação entre autor e leitor pois sua principal característica é a sua capacidade de interação através de comentários (ou posts) dos leitores, que podem ser mais ativos e participativos. Nos últimos anos, várias empresas e organizações, além do site, criam blogs com o objetivo estratégico de se aproximar do público-alvo.

“Então o cidadão entra na página de uma determinada obra e deixa o comentário dele e vai poder ver o comentário de outros. Então tudo que a pessoa tiver para dizer sobre o seu site ou sobre o museu e qualquer outra coisa é visível a todos os outros. Isso sim é uma intervenção”¹⁷³.

Nesse caminho de valorização da participação dos visitantes virtuais, o Orkut¹⁷⁴ também seria um bom recurso através das comunidades que mantém. A diferença é que no blog pode-se conduzir mais enquanto que no Orkut a interação é mais aberta, mas sempre o objetivo é abrir espaço para o visitante poder participar e, ao mesmo tempo, ampliar a comunicação do Museu:

“Se tem um site de relacionamento chamado Orkut, que todo mundo está lá, vamos estar lá também. Nós vamos estar ao lado”, explica Miranda¹⁷⁵.

Um espaço para arte digital também está previsto para o futuro do MUVA. Não seria uma arte para ser exposta na parede ou numa sala real:

“Será uma arte de computação, uma instalação tridimensional. O que temos que conseguir é um software que não seja muito caro e uma maneira de fazer que dê uma sensação real. Quero fazer isso porque tenho consciência de que falta”¹⁷⁶.

A diretora do MAC USP também considera importante para o MAC Virtual

¹⁷³ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

¹⁷⁴ **Orkut** é uma rede social na internet criada em 2004 para cultivar novas amizades e manter relacionamentos através de fotos, vídeos, mensagens e outros recursos. Uma das facilidades permite criar e manter comunidades em torno de temas, de marcas, empresas ou de qualquer assunto que haja pessoas interessadas. Tem esse nome porque seu projetista chamava-se Orkut Büyükkökten, um engenheiro turco da empresa Google.

¹⁷⁵ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

¹⁷⁶ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

um projeto semelhante, denominado por ela como web galeria:

“(...) uma galeria de arte contemporânea que lide com a web, com a internet como linguagem, que use a linguagem web. Você pode ter web performances. Assim como você tem a vídeoconferência, você pode ter obras concebidas para acontecerem na internet, que usem ou a estratégia da linguagem da internet ou usem a internet como conduto”¹⁷⁷.

Como novos desafios para o MAC Virtual, Miranda lembra ainda que pretende implantar uma revista eletrônica, mas não seria diferente do site e se chamaria *Pensamento Contemporâneo*, com espaço para artigos, resenhas, discussões mais críticas, acadêmicas ou não. O objetivo é que os visitantes do MAC USP frequentem a exposição e depois publiquem artigos no site. “Um professor pode falar sobre o MAC ou sobre outro assunto relacionado à arte”, explica¹⁷⁸. Pesquisadores, críticos, estudantes também podem fazer o mesmo. A idéia, segundo Miranda, que tem recebido apoio da direção, é criar um conselho editorial com todos os docentes do Museu e algumas pessoas que a professora Lisbeth Rebollo Gonçalves pensa em convidar. A iniciativa digital deve ultrapassar a fronteira virtual e servir de base para a publicação futura de uma revista impressa. “A experiência de trabalhar com o conselho editorial e com a web nos permitiria fazer também o impresso”, justifica Miranda¹⁷⁹.

Nesta pesquisa envolvendo dois museus, os desafios para o futuro, muitas vezes, transitam entre o mundo real e o virtual, saltando ora da materialidade para o digital e vice-versa, complementando cada realidade envolvida. Miranda, Gonçalves e Haber,

¹⁷⁷ GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: arquivo pessoal, realizada em 27/11/2007.

¹⁷⁸ MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.

¹⁷⁹ Ibidem.

três profissionais envolvidos com as artes, mantêm posturas empreendedoras diante da cultura e das tecnologias. Alicia Haber talvez tenha sintetizado bem essa postura:

“ (...) do material ao virtual e do virtual ao material, sem abandonar o virtual e o real. É um permanente círculo, um diálogo. Tudo isso tem muito a ver com minha vida porque eu estou vivendo muitas coisas ao mesmo tempo”¹⁸⁰.

Como exemplo desse diálogo, o arquiteto do MUVA II trabalhou para construir tudo, com cálculo da estrutura: “A arquitetura do MUVA II é mais real. Está totalmente pronta para ser construída”, salienta Haber¹⁸¹. Ela lembra também que o prefeito de Montevideu mostrou interesse pelo museu virtual e empatia com a sua frustração ao dizer que “estamos todos com essa frustração de não ter um lindo museu”. O prefeito também prometeu, segundo Haber, colocar uma pequena escultura no lugar hipotético do MUVA II dizendo “Aqui está o MUVA II”¹⁸², permitindo que fisicamente toda a população possa reconhecer no espaço físico e público o que está no virtual, num intenso diálogo entre a população, o poder público, a curadoria, as artes e a internet.

Para pensarmos o futuro dos museus e de sua atuação na internet, percebemos a necessidade de novos desafios para promover mudanças de paradigmas como a implantação de recursos interativos e que garantam a participação e o envolvimento. Toda essa dinâmica pode ser gerada a partir dos visitantes e de suas necessidades. Daí a grande importância de ouvi-los cada vez mais, criando espaços alternativos como os já citados blogs, comunidades como o Orkut, revistas digitais etc. Entretanto, é também no nível da gestão da comunicação e da cultura e da direção do museu que devemos

¹⁸⁰ HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.

¹⁸¹ Ibidem.

¹⁸² Ibidem.

nos ater para criarmos instrumentos e situações capazes de abrir canais que possam colaborar nessa interação, gerando um diálogo mais produtivo. Nesse sentido, tanto para o MUVA quanto para o MAC Virtual, seria interessante criarmos um questionário específico para os visitantes que poderia até colaborar com a continuidade dessa pesquisa em nível de doutorado. O questionário pode ser aplicado para os visitantes presenciais, no caso do MAC USP, e também para os visitantes virtuais, caso do MUVA e do MAC Virtual. Como sugestão, elaboramos um modelo que pretendemos apresentar à direção de ambos os museus com algumas adaptações e espaços maiores, principalmente nas questões abertas:

INFORMAÇÕES PESSOAIS		
NOME		
E-MAIL		
SEXO () masculino () feminino	PROFISSÃO	
CIDADE	ESTADO	PAÍS
FAIXA ETÁRIA () menos de 10 anos () entre 10 e 17 anos () entre 18 e 25 anos () entre 26 e 35 anos () entre 36 e 50 anos () acima de 50 anos	FORMAÇÃO () educação infantil () ensino fundamental () ensino médio () graduação () pós-graduação	
QUESTIONÁRIO		
<p>Você já esteve neste museu antes?</p> <p>Qual o seu interesse neste museu?</p> <p>Quando esteve aqui pela última vez?</p> <p>Você já nos visitou pela internet? (para um museu físico como o MAC USP)</p> <p>Você já nos visitou em nossa sede? (para um museu físico como o MAC USP)</p> <p>O que você conhece do site?</p> <p>Você nos visita pela internet com que frequência? (1 vez por dia, semana, mês, ano, outro)</p> <p>Além de visitar nosso site, por onde costuma navegar na internet?</p> <p>Como conheceu nosso museu? (jornal, revista, site, escola, site de busca, família, outros)</p> <p>O que mais gostou do nosso museu?</p> <p>Pretende voltar ao nosso museu?</p> <p>Por que pretende voltar ao nosso museu?</p> <p>Frequenta outros museus?</p>		

Como normalmente o preenchimento de questionários não é algo agradável e poucos se voluntariam a preenchê-los, aplicaríamos apenas num determinado período, por exemplo, num mês ou numa semana. Boa parte das questões são abertas por entendemos que o objetivo vai além da quantificação. O que esperamos é ouvir o visitante. Na internet, nos sites, poderíamos colocar o questionário a partir da segunda tela com registro dos e-mails. Quando o sistema reconhecer que o e-mail já existe no cadastro e as respostas já estão preenchidas, o questionário não aparece mais para aquela pessoa. No espaço físico do museu, no caso do MAC USP, pode-se deixar um computador ligado para o preenchimento on-line ou simplesmente oferecer um formulário impresso para as pessoas preencherem. Outros questionários podem surgir a partir deste primeiro e até com objetivos estatísticos a fim de construir uma visão mais integral da grande relação entre o público e as artes através dos museus.

3.7. Quadro comparativo dos dois museus

Critério	MAC Virtual	MUVA
Descrição	Site do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo (MAC USP)	Museo Virtual de Artes El País
Acesso pela internet	www.macvirtual.usp.br www.usp.br	www.muva.elpais.com.uy
País de origem	Brasil	Uruguai
Endereço físico	Com endereço físico em três locais. Rua da Reitoria, 160 - Cidade Universitária (dois edifícios) e Pavilhão Ciccillo Matarazzo, 3º piso - Parque Ibirapuera, São Paulo – SP	Sem endereço físico. MUVA I: hipoteticamente na Av. 18 de Julio, entre as ruas Zelmari Michelini e San José. MUVA II: hipoteticamente na Av. Presidente Wilson, em Punta Carretas. Ambos em Montevideo
E-mail de contato	infomac@usp.br	muva@diarioelpais.com
Responsáveis (quem aparece na coordenação)	Profa. Elza Ajzenberg e equipe interdisciplinar	Profa. Alicia Haber e equipe interdisciplinar
Contexto nacional	Falta política de gestão econômica dos recursos para financiar os museus, causando uma instabilidade financeira; precisa melhorar a captação de recursos Brasil é o 70º ranking do IDH e seu grau de desigualdade é maior do que o Uruguai 195 usuários de internet a cada mil habitantes	Falta política de gestão econômica dos recursos para financiar os museus, causando uma instabilidade financeira; precisa melhorar a captação de recursos Uruguai é o 46º no ranking do IDH e seu grau de desigualdade é menor do que o Brasil 193 usuários de internet a cada mil habitantes
Língua	Inglês, Espanhol e Português	Inglês e Espanhol
Informações iniciais	Identificação, idiomas, requisitos para visualização, 4 quadros, proposta do site, contatos	Identificação, idiomas, dois edifícios, prêmio, desde 1997
Segunda tela	Museu universitário com menus; Museu Lúdico e Museu Experimental sem menus	MUVA I: recepção e menus MUVA II: fachada e menus
Visual	Mais conceitual	Mais concreto
Prêmios na página inicial	Não mostra Prêmio "INFOLAC Web 2005", como um dos três melhores museus on-line, pelo Programa da Sociedade da Informação para a América Latina e Caribe, da Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Em página internas, noticia a premiação	Mostra "PERICOM.UY2007 Ganador categoría Arte, Cultura, Ciencia y Diseño", um concurso nacional de melhor site na internet no Uruguai. Tem também um link específico com vários outros prêmios

Visibilidade para a iniciativa privada	Grupo Santander Banespa não aparece na página inicial. Tem logo e é mencionado apenas em página específica sobre o “MAC Virtual”	Logo na página inicial temos “MUVA Museo Virtual de Artes El País” uma referência ao jornal que viabilizou o projeto
Som	Museu Universitário: ciclos de som instrumental, caráter agitado, desperta, difícil concentração, permite desligar, mas volta a ser executada ao entrar outra página; Museu Experimental: sem som; Museu Lúdico: ciclos de som instrumental, caráter agitado.	MUVA II: ciclos de som instrumental, caráter calmo, hipnotiza, fácil concentração, permite desligar e não volta ao entrar outra página; entrada com som de pássaros, mar e vento; MUVA I: sem música.
Orientação à tecnologia	No início como “requisitos para melhor visualização”	No link “Ajuda” em várias telas do site
Interatividade, recursos	Envio de e-mails, escolha de menus, busca no acervo digitalizado, acervo com imagens das obras, descrição da obra, breve análise e biografia do artista, vídeos institucionais e não relacionados às obras, notícias, releases, registro das exposições com imagens e textos, envio de cartões, jogos multimídia infantis.	Envio de e-mails, escolha de menus, sem busca de acervo, acervo com imagens das obras, descrição da obra, breve análise e biografia do artista, vídeos relacionados às obras, notícias, releases, exposições com imagens, textos e cenários que simulam o real, envio de comparações.
Notícias	Destaques sobre cursos, exposições e eventos na segunda página	Não há destaque; tem chamada para especial de lançamento do MUVA II na segunda página
Exposição	Não há exposição virtual; há registro das exposições desde 1995.	Há exposição virtual, mas sem registros temporais
Visitas	Média de 450 visitas diárias na internet; o MAC USP recebe a presença média de 430 pessoas todos os dias nas três sedes físicas	Média de 400 visitas diárias na internet
Financiamento do projeto	Iniciativa privada; Grupo Santander Banespa, que tem outros investimentos na área cultural, educacional e na internet	Iniciativa privada; Jornal El País, que tem outros investimentos na área cultural e na internet
Custo	Quase R\$ 1 milhão	“Baixo custo” com infra-estrutura e profissionais do jornal El País
Acervo	Pertence ao MAC USP: 10 mil obras (só 240 foram digitalizadas) entre óleos, desenhos, gravuras, esculturas, objetos, trabalhos conceituais de artistas, instalações e outras modalidades contemporâneas de artistas como Picasso, Matisse, Miró, Kandinsky, Modigliani, Calder, Braque, Henry Moore, Tarsila do Amaral, Di Cavalcanti, Volpi, Brecheret, Flávio de Carvalho, Manabu Mabe, Antonio Dias e Regina Silveira, entre outros	Sem informação do número do acervo; oferece pinturas, esculturas, desenhos e fotografias de artistas como Ignacio Iturría, Petrona Viera, Lacy Duarte, Rodolfo Arotxarena, “Arotxa”, Carlos Costa, Pilar González, Espínola Gómez, Julio Alpuy, José Cúneo, Alfredo De Simone, Jose Gurvich, Pedro Figari, Luis Solari, Javier Bassi, entre outros.

Biblioteca	Com biblioteca (dados básicos); 6400 livros sobre artes plásticas, 18 títulos de periódicos correntes, 27000 slides, 32000 catálogos de exposição, 1400 pastas de recortes de jornais sobre os artistas do acervo de obras de arte; http://dedalus.usp.br:4500/ALEPH/POR/MAC/MAC/MAC para buscar dados básicos; o material pode ser consultado fisicamente na sede do MAC USP.	Sem biblioteca (dados dispersos); mantém links sobre o Uruguai, sobre o MUVA, sobre artes e artistas que poderíamos qualificar como uma biblioteca por fornecer dados básicos; optamos por citar “sem biblioteca” porque não há local para consulta física dos livros e materiais e também porque os dados estão distribuídos de forma dispersa, dificultando a pesquisa
História	Com o MAC Virtual implantado em 2001/2002 não se preservou o site implantado em 1995	Com a inauguração do MUVA II em 2007, preservou-se o MUVA I, criado em 1997
Inauguração	MAC Virtual: entre 2001 e 2002, mas em 1995 entrou na internet	MUVA I: 20 de maio de 1997 MUVA II: 30 de agosto de 2007
Curadoria virtual: critério de escolha da digitalização	Digitalizar apenas obras pertencentes ao MAC USP e com textos de análise e biografia do artista	Digitalizar todas as obras consideradas relevantes e que estão inacessíveis ao público em coleções privados ou por outro motivo
Educação	Forte vocação; indicado para aprender artes; Museu Lúdico tem ferramentas interativas, mas recebe críticas	Forte vocação; indicado para aprender espanhol e obter conhecimento sobre artes e o Uruguai
Primeiro contato	Mais conceitual; lembra fachada do edifício físico; articulação entre conceito (texto da proposta), arte (quadros em movimento), espaço (fachada) e tecnologia (requisitos do sistema).	Mais realista e concreta; fotos de dois edifícios, mesmo sendo virtuais; convida o visitante a entrar num museu com formas, sombras, cores e espaços familiares do mundo real, mesmo sendo um museu totalmente virtual
Primeira obra	“Unidade Tripartida” (1948), de Max Bill, e fundo com a imagem da sombra da instalação “Paradoxo do Santo” (1994), de Regina Silveira, dialogam com o meio virtual de exposição	“La Lucha” (s/d), de Eduardo Yepes, dialoga com o meio virtual de exposição
Arquitetura da informação (lógica de organização)	Quatro cantos de uma sala organizam três eixos lógicos e um grupo de informação: 1. Museu Universitário: textos, imagens e hipertexto como um site simples 2. Museu Experimental: textos, imagens e hipertexto como um site simples 3. Museu Lúdico: textos, imagens e hipertexto como um site simples 4. Exposições, Acervo, Cursos, Projetos	Dois edifícios organizam dois eixos lógicos: 1. MUVA I: navegação sobre fotografias com imagem da recepção, dos corredores, das salas, escadas e outros espaços 2. MUVA II: navegação sobre fotografias de 360 graus com imagem da fachada, da entrada, da recepção, dos corredores, das salas, das escadas e outros espaços

Navegação, usabilidade	Descentralizada em três níveis, mas com recolhimento dos menus, o que deixa o visual mais limpo, mas perde-se em agilidade	Centralizada, há uma barra onde encontramos tudo, tanto no MUVA I quanto no MUVA II
Tecnologia	HTML com textos, imagens e hipertexto; Flash em algumas áreas	HTML com textos, imagens e hipertexto (MUVA I) Flash em 100% dos recursos (MUVA II)
Futuro	Estratégico para o museu físico; amplia e atrai novos públicos	Estratégico para os artistas, curadores e para a própria instituição virtual pois ultrapassa o espaço digital com projeção internacional; enfrentar inexistência físico e a legitimidade dos museus tradicionais; mudar paradigma
Novos desafios	Exposição de escultura com informação da obra e registro do cenário; Blog e Orkut para maior participação dos visitantes; web galeria; revista digital para gerar uma versão impressa; aplicação de questionário	Exposição de escultura; Blog; Arte web; coleção do visitante com registro de usuário; aplicação de questionário

3.8. Parâmetros reflexivos para habitar a internet

Como as artes habitam a internet? Diante dessa preocupação, as obras podem ser comunicadas pela rede mundial sem perdas estéticas, artísticas e históricas? Numa eventual resposta positiva, como se desenvolve essa inserção? Em que medida podemos nos apropriar do mundo digital de forma adequada? Enfim, quais parâmetros devemos adotar para aproximar a arte do público e garantir uma recepção estética? Todas essas indagações conduziram nossa pesquisa, desde a abordagem mais teórica e histórica, nos Capítulos I e II, até chegarmos à observação com interpretação, neste Capítulo III. Para garantir uma visão mais geral dos resultados alcançados, elaboramos alguns parâmetros a fim de colaborar com pesquisas, museus e outras organizações interessadas em aproximar a arte do público, usando iniciativas digitais na internet. Não pretendemos difundir um guia de regras nem propagar um manual sobre como utilizar a internet no campo das artes. O objetivo é reunir de forma breve o que consideramos essencial

no decorrer da nossa investigação para outras discussões e pesquisas interessadas e as próprias iniciativas poderem se apropriar a fim de evitar os mesmos erros ou pelo menos iniciar uma reflexão antes de implantarem seus projetos na rede mundial.

Negando nossa hipótese, as artes podem ser comunicadas pela internet com perdas estéticas, artísticas e históricas porque o projeto digital depende de um processo dialógico nem sempre bem-sucedido se não considerarmos os seguintes parâmetros:

1. A precariedade de infra-estrutura e de investimentos no contexto cultural dos museus pode gerar frustração e indignação na sociedade e nos profissionais envolvidos, mas não determina a ausência de iniciativas bem-sucedidas como resposta no ambiente digital.
2. A cena digital pode acontecer com a iniciativa privada quando o Estado não estabelece políticas de gestão eficiente para gerar, captar e manter recursos econômicos mais elevados nos museus.
3. O baixo acesso à internet em países da América Latina não deve comprometer projetos digitais de qualidade porque o local pode estar em constante diálogo com o global. O mesmo vale para países com baixo IDH e índice de desigualdade mais elevado.
4. A cultura norte-americana, representada por certos avanços tecnológicos, em contato com os países da América Latina, pode conduzir projetos que instituem o domínio tecnológico em detrimento das necessidades museológicas e de recepção do público. Se temos como deixar obras em movimento acelerado ou criar algum tipo de jogo interativo ou implantar determinada busca de dados, devemos nos questionar se essas facilidades nos ajudam a aproximar o público da arte. Se podemos oferecer visitas virtuais ou catálogos digitalizados, vale indagar se esta

inovação estará à serviço de uma construção simbólica articulada com a proposta curatorial.

5. Os projetos digitais nascem de diferentes maneiras e por isso têm história que deve ser reconstruída e preservada como um processo de mudança complexo e dinâmico sobre a forma como as artes habitam a internet, valorizando pesquisas como esta. Pode-se pensar num museu do museu, inclusive com acesso do público.
6. O primeiro contato com o site tem importância estratégica na recepção estética do público e deve estabelecer um diálogo entre acervo, proposta do museu e sociedade. Se o local digital da primeira obra constrói um cenário para o acervo, devemos nos perguntar se apenas uma peça deve ocupá-la no tempo e no espaço e se esta forma será capaz de comunicar valores presentes na exposição física ou virtual.
7. A noção integrada entre sociedade e internet sugere que o mundo físico não deve ser abandonado nos projetos digitais porque colaboram como recurso de arquitetura da informação, organizando os dados, aproximando o público e tornando o espaço virtual mais familiar. Entretanto, a presença tecnocultural inevitável deve ser percebida e dimensionada para garantir um questionamento sobre o real a partir do projeto curatorial e museológico. A presença do real através de visitas de 360 graus ou de arquiteturas virtuais não garante necessariamente uma recepção estética favorável e muitas vezes até provoca perdas históricas e artísticas, exigindo uma reinvenção dialogada entre os gestores e dirigentes dos projetos com a recepção estética do público de interesse.
8. A iniciativa digital pode ampliar a interação com o público por meio de blogs, Orkut, fórum de discussão, questionários como livro de visitas e impressões, formulário para pesquisas qualitativas e quantitativas, revistas digitais, wikis (ler

próximo tópico), galerias para arte digital, dentre outros recursos para divulgar a arte e também investigar a recepção estética dos visitantes, afetando e sendo afetado, num contato enriquecedor em todas as direções e instâncias. Eis o que poderíamos chamar de novo espaço público para os museus.

9. Na construção de conteúdos, uma ótima estratégia, além da pesquisa museológica tradicional, é utilizar as ferramentas conhecidas como wiki¹⁸³ para produzir coletivamente informações sobre o acervo, os artistas e a história. Desse forma, teremos não apenas os dados do museu, mas de artistas, pesquisadores, estudantes e outros interessados que, ao colaborarem, visitam o site e deixam suas marcas para enriquecer o trabalho de aproximação entre o obra e público e as pesquisas acadêmicas como esta.
10. A ação digital permite um fazer que vai além da simples ação sobre obras de arte em exposição, atingindo o espírito do público de forma criativa e inventiva. Precisamos olhar para um projeto na internet como um organismo vivo que ultrapassa a visão simplificada de páginas com textos, hipertexto e imagens porque tudo acontece e se atualiza na consciência viva do visitante.
11. O discurso do museu carrega a força da linguagem para dentro dos projetos na internet como um processo de gestão da comunicação capaz de criar significados e também valores, expectativas e envolvimento, garantindo a vocação educativa dos

183 **Wiki** é utilizado para identificar programas colaborativos para a produção, edição, publicação e atualização de conteúdos na internet. Wikipédia (<http://www.wikipedia.org>) é uma enciclopédia que funciona nessa ferramenta. Os erros de informação existem e são alvos de críticas para questionar esse tipo de recurso, mas são constantemente corrigidos e os verbetes dão sempre uma noção sobre o assunto. Em janeiro de 2008, haviam cerca de 353 mil artigos em português, cerca de 322 mil em espanhol e mais de dois milhões de verbetes em inglês. Alemão, francês e italiano também são idiomas contemplados na publicação digital. Trata-se de uma outra modalidade de escrita já bastante difundida para a produção de conteúdo, mas também pode ser usada como estratégia de observação dos hábitos dos usuários, de seus ânimos, interesses e imaginário.

museus.

12. A preocupação com versões dos projetos digitais em mais de um idioma deve ser valorizada, desde que não comprometa o projeto como um todo.
13. Raramente temos contato direto com a obra de arte, mesmo nas exposições físicas. Daí a necessidade de conceber projetos digitais que contemplem essa realidade, criando mecanismos de recepção estética capazes de uma mediação semelhante à presencial e não igual, sob pena de criarmos algo acessório mais inclinado às novidades tecnológicas do que às necessidades formativas dos visitantes.
14. No processo de digitalização de acervos para a internet, o critério de seleção deve contemplar as possibilidades técnicas de banco de dados, de busca e apresentação das obras, mas também os recursos financeiros e humanos disponíveis, além do projeto curatorial, evitando processos inacabados. Informações complementares como artigos, biografia e descrição ajudam a “ver” a obra de arte, mas antes é preciso garantir sua existência com dados básicos e algum registro fotográfico.
15. Exposições virtuais podem construir significados ilimitados assim como as físicas, mas devem ser concebidas num contexto estratégico de recepção estética, observando os recursos disponíveis, o projeto curatorial e também outras iniciativas na rede mundial, além da própria história da instituição envolvida.
16. Iniciativas de museus virtuais, como a do MUVA, e de sites informativos e institucionais, como a do MAC Virtual, são fundamentais para aproximar a arte do público, mas não devem servir como referência fechada de novas criações e reinvenções porque a realidade é dinâmica e tudo se materializa na consciência viva do público, igualmente mutável.

17. Iniciativas digitais relacionadas à arte são estratégicas para um país e para a História da Arte porque projetam a cultura no exterior, estimulando o reconhecimento de artistas, curadores e as especificidades de cada localidade.
18. Ir além da parceria com jornais e outros veículos de comunicação, mesmo que numa simples publicação de banners do museu, para a construção democrática de visitantes pois os leitores de jornal, geralmente mais letrados, chegam facilmente ao museu pela internet, mas outros públicos também precisam e podem ser conquistados como apreciadores da arte.
19. No diálogo entre museu, arte e tecnologia, a proposta curatorial não precisa ser inflexível para manter-se fiel aos seus valores num projeto digital, mas é preciso olhar as facilidades tecnológicas, valorizando-as, sem, no entanto, ser conduzida por elas.
20. Como a tecnologia tem custos, muitas vezes, elevados e que podem faltar, os investimentos precisam receber uma gestão que considere o projeto como um todo a ser implantado por etapas funcionais, ou seja, que atendam os visitantes de forma eficiente mesmo estando incompleto.
21. Ter acesso a todas as tecnologias existentes bem como a todos os programas de computador interessantes não garante necessariamente uma aproximação entre arte e público. Às vezes, é preferível um projeto mais modesto e integrado com os valores da curadoria do que um mais robusto incompleto e fragmentado que até distanciam os visitantes das obras.
22. No caso de poucos recursos financeiros, há mecanismos de código aberto disponíveis na internet que não têm custo de aquisição e exigem baixo investimento para implantação e manutenção, garantindo grande eficiência para fazer a gestão

de todas as informações do museu, físico ou virtual, sendo um caminho altamente recomendado quando o objetivo é começar a habitar a internet de forma escalonável e sustentável.

23. Na internet também precisamos de tempo e espaço adequados para apreciar as obras e ter uma recepção estética plena de sentido. O que fica no entorno das fotografias das obras interfere e também é afetado pela obra, compondo a forma artística da página. A disposição dos menus, as cores de fundo, a textura, a iluminação, os sons, as ferramentas, tudo integra a cenografia digital.
24. O registro da exposição física ou virtual também faz parte da história e precisa ter certa sistemática de documentação da proposta curatorial, dos núcleos explorados, das fotografias das obras e das peças em situação cenográfica.
25. Para que o projeto digital não se desenvolva ao gosto das diretorias que podem mudar ou de ações fragmentadas ou particulares a cada período, uma saída é a implantação de um conselho do site para uma gestão mais compartilhada, garantindo mais estabilidade e continuidade à comunicação pela internet.

CONCLUSÃO

Nossa expectativa diante do mundo exige um agora cheio de realizações. Porém, temos outras formas de apreciação da realidade que não seja na velocidade imposta pela modernidade. Cabe ao ser humano escolher entre acelerar ou não, porque o tempo sempre estará presente em nossas vidas, interferindo diretamente na maneira como vemos e compreendemos. Esta pesquisa buscou justamente perceber o tempo e o espaço na composição de uma percepção. No museu, um espaço privilegiado para experimentar o tempo, usamos o momento para fazer relações diversas, comparações inusitadas, análises compartilhadas ou solitárias, enfim, questionamos, desconfiamos ou simplesmente sentimos uma impressão. Todo esse acontecimento temporal se realiza com o espaço garantindo ambientação, formalidade, alegria ou tristeza, deslocamento, atenção e infinitas experimentações com a obra de arte em cena. Nosso desafio foi deslocar esse fenômeno das artes para a internet, um ambiente onde as noções de tempo e espaço são diferentes.

Embora as noções sejam variadas, as artes habitam a internet impregnadas pela sociedade que a gerou. Se internet é sociedade, o espaço digital não pode se realizar sem um intenso diálogo entre todas as instâncias, agentes e problemas envolvendo o museu, sua proposta curatorial, seus projetos e seu público. Com essa visão, percebemos nesta pesquisa que o museu pode ter uma construção simbólica ilimitada, tendo a internet como cenário, com a justificativa de que suas ações e exposições, incluindo um simples site na rede, se aproximam de uma criação artística com articulações históricas e estéticas. O lugar digital da obra de arte comporta uma fotografia mas não se reduz a ela pois as medidas, as cores de fundo, a perspectiva, sua inserção em banco de dados com ou sem busca, as informações técnicas e as opiniões, as expectativas criadas com o

primeiro contato com o site, o impacto da primeira obra apresentada, tudo corrobora para o cenário digital, interferindo diretamente na maneira como o visitante vai perceber a obra em situação. Não estamos mais diante de uma simples reprodução da obra, seriada e repetitiva. É claro que essa questão também está presente, mas o trabalho de uma curadoria digital pode estabelecer um diálogo com a obra, afetando e sendo afetada, garantindo um espaço público alternativo e dinâmico como se fossem os organismos vivos de Pareyson, que habitam a contemporaneidade.

Durante os dois anos de nossa pesquisa, constatamos que sites na internet podem ser mais que fotografias com textos e hipertextos. A maneira como concebemos o tempo e o espaço interfere decisivamente em como vamos construir a cena digital dos museus virtuais, dos sites de museus, dos espaços alternativos para a arte na grande rede. Tudo depende do encontro entre uma consciência viva e o projeto digital concebido. Se queremos um museu mais democrático, devemos ocupar mais esse espaço da internet como já fizemos com os CDs, os livros, as revistas impressas, congressos e outros encontros. A diferença é que agora temos uma interface mutante e altamente complexa que nos afeta, mas também podemos afetar. O diálogo não é mais possível; agora ele é necessário.

Considerando nossa hipótese, de que as artes podem ser comunicadas pela internet sem perdas estéticas, artísticas e históricas, entendemos que, de certa forma, ela foi refutada. Podemos ter perdas sim, se não tomarmos certo cuidado em projetar iniciativas capazes de evitar sites inacabados com recursos que respondem mais à tecnologia do que a uma concepção curatorial comprometida com a recepção estética do visitante. Percebemos também que os recursos econômicos são decisivos para as ações digitais em países com pouco acesso à internet como é o caso na América Latina, atribuindo à iniciativa privada um papel decisivo já que o Estado responde com poucos recursos.

Habitar a internet, considerando o MAC Virtual e o MUVA, significou, nesta pesquisa, articular a existência institucional, cultural e histórica com a materialidade tecnológica dos projetos disponíveis, das possibilidades de arquitetura e organização da informação, da condição econômica e de todos os profissionais colaboradores.

Entendemos que museus e organizações que lidam com a arte podem utilizar a internet de uma maneira mais dialógica, respeitando limites impostos à tecnologia e aproveitando as vantagens de uma nova forma de organização social no mundo virtual. Nosso objetivo, portanto, é aproximar a arte do cidadão através de uma tecnologia que vem mudando a maneira de se comunicar, significar e expressar. Foi por meio dessa expectativa de aproximação que buscamos assegurar um processo comunicacional mais dialógico capaz de respeitar o público visitante, mas também todos os aspectos curatoriais, artísticos, culturais e políticos.

Se a exposição é um pressuposto-chave da idéia de museu, com a internet temos um paradigma que precisa ser apropriado pela comunicação das instituições a fim de reunir e resgatar toda a dimensão significativa da obra de arte no contexto tecnológico. Se com a Revolução Francesa o museu passou a se caracterizar como uma instituição aberta ao público, com a internet a escala de acesso ganha outros contornos e critérios pois a exposição digital exige um entendimento da tecnologia e também do trabalho museológico. O espaço público agora é digital para a construção simbólica e da identidade coletiva sempre o concebendo como um campo de ação crítica e estética. Tudo isso não acontece em detrimento do museu físico, mas em outro espaço e tempo como campo alternativo e complementar. Se podemos pensar a exposição como meio de comunicação, na internet, temos também a possibilidade de concebê-la como meio de interatividade e de integração, ampliando a articulação possível entre a arte, obra, museologia e o visitante.

No horizonte cognitivo, o que está em jogo não é um embate ou convergência entre o mundo físico e o digital, ou ainda, entre o museu concreto e o virtual. Temos com a internet, na verdade, mais um esforço de aproximar a arte do cidadão, permitindo e provocando uma vivência estética que não pode estar mais restrita a uma presença física da obra, mas sim de uma apropriação da forma artística da exposição ou de um site com acervo digital e outros recursos. No MAC Virtual e no MUVA, o visitante pode ter diferentes experiências no contato com a imagem da obra, indo da obra para o artista e deste para uma tendência ou movimento artístico, isso sem falar das possibilidades de interação com o MAC Virtual e o MUVA através de outros sites especializados que são capazes de fazerem referência ao acervo, direta ou indiretamente, e sem nos esquecermos do mundo digital como um cenário estratégico de comunicação da exposição. Ao lado da cenografia de paredes brancas, temos na internet outras possibilidades. Enfim, com os sites, e o MAC Virtual e o MUVA fazem parte desse universo, temos uma cenografia muito mais inclinada para uma dramatização digital por permitir infinitas apropriações numa relação essencialmente dialógica entre a arte e o público. Caso contrário, ficaremos parados no tempo e no espaço apresentando as obras sempre da mesma maneira e de forma padronizada. Vejamos como poderia ser apresentada a obra “Unidade Tripartida”, de Max Bill, bem antes das inovações proporcionadas pela internet (imagem 24).

Imagem 24: Digitalização da obra a “Unidade Tripartida”, de Max Bill, em ASCII, um padrão criado em 1961 com os caracteres do teclado de computador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGOPYAN, Vahan. "O MAC e a Poli USP". In: AJZENBERG, Elza (coord.). *MAC VIRTUAL: Prêmios Bienais: acervo MAC USP*. São Paulo: MAC USP, 2004, p. 11.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992.
- BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na comunicação*. São Paulo: Moderna, 1997, cap. II e IV.
- BARROS, Ricardo Paes de; HENRIQUES, Ricardo; MENDONÇA, Rosane.
"Desigualdade e pobreza no Brasil: retrato de uma estabilidade inaceitável".
In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, fevereiro de 2000, vol. 15, no. 42, pp. 123-142.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa : Relógio d'Água, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999 (original escrito em 1998).
- BELTING, Hans. *O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois*. São Paulo: Cosac Naif, 2006.
- Biennale 3000 São Paulo, <http://www.biennale3000saopaulo.org/editorial.htm>, acesso em 3/01/2008.
- BOSI, Eclêa. "A opinião e o estereótipo". In: *Contexto*, nº 2, mar. 77, pp. 97-104.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Unicamp, 1991.
- CANCLINI, Néstor García. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CASTELLS, Manuel. "Internet e sociedade em rede". In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, pp. 255-287.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede (A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume 1)*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- CYPRIANO, Fabio. "Masp dá garantias, parcela dívida em 48 vezes e Eletropaulo religa luz do museu". *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 27/05/2006.
- DI FELICE, Massimo. *Habitar os consumos: o caráter comunicativo dos objetos e a crise do antropomorfismo social*. Tese de doutorado. São Paulo: ECA – Escola de

- Comunicações e Artes da USP, 2001.
- DI FELICE, Massimo; BRIGE, Marco. *Votán-zapata: a marcha indígena e a sublevação temporária*. São Paulo: Xamã, 2002.
- FERNÁNDEZ, Luis Alonso. *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*. Madrid: Ediciones Istmo, 1993.
- FUSP - Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo. "MAC VIRTUAL", <http://www.fusp.org.br/index.php?ind=fusp&menu=macvirtual>, acesso em 30/12/2007.
- GOLDMANN, Lucien. *As ciências humanas e a filosofia*. São Paulo, Difel, 1984.
- GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004.
- GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: arquivo pessoal, realizada em 27/11/2007.
- HABER, Alicia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 05/10/2007.
- HOFFMANN, Rodolfo. *Distribuição de renda: medidas de desigualdade e pobreza*. São Paulo: Ed. da USP, 1998.
- HUNTINGTON, Samuel. "Choque das civilizações?". In: *Política Externa*, vol. 2, nº 4. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1994, pp. 120-141.
- ISER, Wolfgang. "El proceso de lectura". In: WARNING, Rainer (org.). *Estética de la recepción*. Madri: Visor Dis., 1989.
- LÉVY, Pierre. "Por uma tecnodemocracia". In: *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informação*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995, pp. 185-197.
- LIPPMANN, Walter. "Estereótipos". In: STEIMBERG, Ch. (org.) *Meios de comunicação de massa*. São Paulo, Cultrix, 1980, pp. 149-159.
- LOSCHIAVO DOS SANTOS, Maria Cecília (org.). *Universidade de São Paulo: Alma Mater Paulista*. São Paulo: Editora da USP/Imprensa Oficial, 1998.
- MAC Virtual, <http://www.macvirtual.usp.br>, acesso em 19/12/2007.
- MAC VIRTUAL: *Prêmios Bienais: acervo MAC USP*. São Paulo: MAC USP, 2004.

- MALRAUX, André. *O museu imaginário*. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1965.
- MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes na sede do MAC USP* (Pesquisa de mestrado do PROLAM USP - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). São Paulo: ANEXO, realizada em 27/11/2007.
- MUVA - Museo Virtual de Artes El País, <http://muva.elpais.com.uy>, acesso em 20/12/2007.
- PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1997
- PECCININI DE ALVARADO, Daisy V. M. "Museu, história da arte e Internet". In: *Mito e Razão*. São Paulo: Centro Mario Schenberg de Documentação em Pesquisa em Artes / ECA-USP, 2001.
- RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO 2007/2008. *Combater as alterações climáticas: Solidariedade humana num mundo dividido*. New York, Portugal: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf, 2007, pp. 231-232.
- RIGI, Camilla. "R\$ 38 mi para MAC ocupar o Detran". *O Estado de S.Paulo*, 05/01/2008, <http://txt.estado.com.br/editorias/2008/01/05/cid-1.93.3.20080105.16.1.xml>, acesso em 05/01/2008.
- RÜDGER, Francisco. *Comunicação e teoria social moderna*. Porto Alegre: Fênix, 1995.
- SCHAER, Roland. *L'Invention des Musées*. Paris: Gallimard / Réunion des Musées Nationaux, 1993.
- SCHECK, Eduardo. "El museo imposible: mensaje del presidente del muva". MUVA, <http://muva.elpais.com.uy/Esp/info/mensaje.html>, acesso em 02/01/2008.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2000.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- TAKADA, Paula. "MAC entra na era digital". In: *Jornal da USP*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 25/02/2002, p. 12.
- TOYNBEE, Arnold. *Um estudo da história*. São Paulo : Martins Fontes, 1986.
- UNIVERSIA. "MAC Virtual é premiado pela Unesco", http://www.universia.com.br/html/materia/materia_bafdh.html, 04/04/2006, acesso em 30/12/2007.
- VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. *Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica*. São Paulo: EPU, 2001.

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista com Alicia Haber

Historiadora da arte, idealizadora e diretora do MUVA (Museo Virtual de Arte Uruguayo de EL PAÍS), realizada em 05/10/2007, em São Paulo, por ocasião do Congresso da AICA (Associação Internacional de Crítica de Arte), feita por Ebenezer Takuno de Menezes, mestrando do PROLAM - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da USP (Universidade de São Paulo).

Numa perspectiva curatorial, como avalia a situação dos museus no Uruguai?

Não é tão ruim. Melhorou muito. Mas a situação de infra-estrutura dos museus é precária. Acho que museu não é uma prioridade e não era antes quando o país e o governo estavam numa situação econômica melhor. Não podemos por a culpa num partido, em particular. É um problema de mentalidade. Os governos não se dão conta que os museus são fundamentais. Museus e centros de produção cultural são lugares de grande atenção, passam na televisão e em muitos outros meios como a internet.

No Uruguai não há isenção de impostos como se tem em outros países e por isso não há incentivo para se investir em museus. Não há diferença entre uma doação de um milhão ou dez milhões. Não se entende que exposição de arte e museus atraem público e pode gerar boa imagem para o governo e seus patrocinadores. Por outro lado, o governo nunca buscou uma maneira alternativa de pagar as contas da cultura fora do poder público. No Uruguai tudo é o Estado que banca, mas ele não consegue fazer os investimentos necessários. O Estado provedor de tudo foi possível até os anos 60, mas depois tivemos várias crises.

Então o grande problema é o setor privado não ter estímulo para investir nos museus?

Não tem estímulo algum. E quando tem é porque pessoas como eu vão pedir.

A limitação econômica tem prejudicado os museus no Uruguai?

Sim. É muito forte porque sem dinheiro não fazemos nada. Não se pode fazer exposições boas, não se pode aumentar o acervo, não se pode fazer bons catálogos. E tem um paradoxo: se por um lado o Estado não pode financiar tudo,

por outro lado ele não entusiasma os capitais privados porque não dá isenção de impostos. Temos portanto um círculo vicioso. Isso é um problema sério para o Uruguai.

Mas não precisamos de dinheiro só para as exposições. Precisamos de recursos para colocar um ascensorista no elevador do museu, para construir rampas para pessoas com necessidades especiais, para produzir áudios para visitas guiadas e tudo aquilo que é normal para um museu contemporâneo ou moderno.

Nesse contexto econômico dos museus, como avalia os espaços para as artes no Uruguai?

Está muito centralizado. Esse é outro problema do Uruguai. Em Montevideo temos o Museu Nacional de Artes Visuais que está nessa situação de dependência do Estado que não tem capital e tampouco dá prioridade e sofre uma crise de 30 anos. Além disso não tem uma lei para entusiasmar os capitais privados.

Do lado do município de Montevideo temos vários espaços. Temos o Centro Municipal de Exposições, onde sou curadora chefe, com 800 metros quadrados que não tem coleção e oferece apenas exposições temporárias. Também tem o Cabildo (Museo y Archivo Histórico Municipal Cabildo de Montevideo), o Juan Blanes (Museo Municipal de Bellas Artes "Juan Manuel Blanes") e tem outros espaços que dependem do município. A situação do município não é muito diferente, economicamente falando. O município tem mais dinheiro do que o Ministério da Educação e Cultura porque pega dinheiro dos impostos, dos automóveis, ou seja, é uma instituição que tem dinheiro. Mas 60% do dinheiro vai para funcionários, uma burocracia enorme que tem no Uruguai e não podem ser demitidos porque legislativamente é impossível.

Essa situação integra a estrutura das artes que é fundamental para expor e mostrar as obras. E do lado dos artistas, essa falta de financiamento e recursos acaba atrapalhando também a produção?

Não. Esse é outro paradoxo uruguaio. É um país muito paradoxal. Por um lado, tem essa situação dos museus e tampouco há galerias comerciais, ou seja, não temos um mercado para as artes. As

galerias, em geral, não são muito boas. São muito comerciais no sentido mais banal do termo. E aquelas que são boas, uma ou duas, trabalham apenas com os mestres já mortos como Torres Garcia (Joaquín Torres García) e Figari (Pedro Figari). Também trabalham com alguns artistas jovens, mas muito pouco. Efetivamente não há um mercado real para as artes e também não há estímulos.

Paradoxalmente, o movimento das artes cresce ano após ano. Tem muita gente fazendo arte. É um povo de artistas. Em termos de artes plásticas, o Uruguai é muito destacado. Muita gente está fazendo artes plásticas sem qualquer incentivo especial.

Quais são os caminhos das artes hoje no Uruguai quando um artista produz uma obra?

A ambição natural do artista é exibir nos espaços que já estão muito legitimados. Os espaços que citei, do município e do Ministério da Educação e Cultura, não são excelentes, mas são bons e também há alguma ação privada. A iniciativa privada compra arte, mas ela não faz um catálogo. Então os artistas acabam querendo mesmo os espaços dos museus que foram legitimados culturalmente. Os artistas sentem-se felizes e legitimados quando conseguem expor nesses espaços consagrados. Geralmente há uma publicação pequena, mas sempre tem algo. Há críticas nos jornais etc. De alguma maneira então há alguma gratificação. Embora muita gente veja as obras, não há venda. O que existe são alguns colecionadores de artistas jovens ou contemporâneo. Não temos ainda uma mentalidade para comprar a arte contemporânea.

Nesse contexto artístico dos museus e das artes, com uma produção farta e poucos espaços, como fica o seu trabalho de curadoria?

Os artistas sabem dessas dificuldades e fazem de tudo para viabilizar algo. Eles sabem que o Estado faz pouco e o município também. Nós é que tentamos fazer alguma coisa. O artista vem com sua equipe, eu vou com alguns amigos e fazemos a exposição. No meu caso, eu consigo recursos para fazer algo melhor para, por exemplo, contratar um bom montador de espaço, para conquistar um pouco mais de espaço no catálogo, para fazer um catálogo melhor. Mas esse esforço acaba sendo para o artista mais consagrado. Para os artistas mais jovens é difícil e mesmo assim estão contentes por estarem num espaço que não é o melhor ou não está impecável.

Lendo um de seus artigos, percebemos que o MUVA (Museo Virtual de Artes El País) pode ser visto como uma alternativa de exposição a mais e não como substituição dos museus reais. Diante do contexto uruguaio, como os artistas estão vendo e percebendo o MUVA?

Geralmente os artistas valoram mais o espaço físico. Eles não se deram conta de algumas coisas. Por exemplo, aqui no fórum (referência ao encontro AICA - Associação Internacional de Crítica de Arte) chegou uma curadora e me disse que vai fazer uma exposição de mulheres e que já tinha visto a obra da Lacy Duarte no MUVA. O mesmo aconteceu em Frankfurt. E agora tem uma mulher em Miami que quer comprar a obra de Lacy Duarte. E ela viu primeiro no MUVA. Mas o artista geralmente não percebe a importância do museu virtual porque não vai haver uma venda e nós realmente não vendemos nada mesmo. Mas temos muito reconhecimento.

Eu sou convidada quando há congresso de cultura e internet, museus e internet. Há muitas teses sobre o MUVA, publicações em revistas comigo, muita gente já me publicou em livros. Temos citações em publicações na Dinamarca, nos Estados Unidos e muitos outros países. Mas o Uruguai é conservador por natureza. Não é conservador na religião ou na política porque tem governo de esquerda. É conservador nas mudanças. O uruguaio não gosta de mudanças e isso já está nos estudos sociológicos sobre o Uruguai. Então, a mudança vem muito lentamente. E o MUVA é uma mudança de paradigma na maneira de mostrar as artes. O artista vai e expõe no MUVA, mas para ele é o catálogo, a exposição física que realmente importa.

Então o MUVA, de certa forma, enfrenta uma barreira cultural?

Sim, mas eu não me preocupo com isso porque o meu objetivo não é tanto para o Uruguai. É para o Uruguai também essa iniciativa, mas olho para pessoas do interior do país que não vão a Montevideo, escolas com milhares de alunos e temos também cerca de um milhão de uruguaios fora do país. Tem uruguaios na Austrália que escreve ao MUVA dizendo sentir muita saudade do Uruguai. Recebemos muitas correspondências com mensagens parecidas.

O MUVA tem estatísticas de visitação?

Tem sim. Vou providenciar para você.

Esse ano o MUVA faz dez anos?

Sim, esse ano fazemos 10 anos. O MUVA é considerado por todo o mundo, fora do Uruguai e também pelas pessoas que dão importância à cultura. Dizem que o MUVA é uma revolução. Os

primeiros museus são de 1995, mas eram páginas no formato de um catálogo. Para o MUVA, eu tive a idéia de fazer uma arquitetura navegável e tudo foi feito por um baixo custo porque usamos profissionais que já estavam trabalhando no jornal *El País*. Havia escâner, servidor e outros recursos e foi por isso que a criação do MUVA foi possível e não custou muito. Praticamente o jornal gasta com salários que no Uruguai nunca são muito elevados.

Para você que concebeu o MUVA I há dez anos e recentemente inaugurou o MUVA II, que balanço faria?

O projeto inicial superou as minhas expectativas pois eu estava falando com gente muito mais jovem do que eu. Elas me diziam que eu tinha que fazer alguma coisa com a internet, mas eu imaginava apenas umas fotos escaneadas para divulgar a arte do Uruguai para o mundo. E mesmo essas pessoas mais jovens indicavam uma espécie de catálogo virtual de arte do Uruguai com textos e imagens. Foi aí que comecei a pensar e a visitar sites num computador com uma conexão tremendamente lenta e discada. Aí comecei a pensar uma coisa que até hoje estou assombrada. Não sei de onde peguei tanta frustração no Uruguai. Acho que é porque viajei muito na minha vida e cada vez que eu voltava lamentava que o Uruguai não tinha um lindo museu, mesmo que pequeno, como via em outras nações. Já estive em muitas universidades que têm museu. Não é um museu como o Pompidou, mas sempre tem um. Eu só queria um pequeno museu, mas bem feito, impecável, com curadores, boa iluminação, tudo o que se necessita, acesso para pessoas com necessidades especiais, e que deveria ter associação com o capital privado para não depender 100% do capital do Estado e do município ou da universidade, e que tivesse uma gestão para conseguir mais fundos. Então, toda vez que eu voltava para o Uruguai, eu ficava muito deprimida e frustrada com essa situação.

Mas aí as pessoas mais jovens me diziam para eu ver a internet e olhar tal iniciativa e fazer alguma coisa. Eu me sentei no computador, que aliás gosto muito, e comecei a navegar. Vi o que os outros faziam, mas não havia nada igual ao MUVA. Tínhamos apenas catálogos. Aí eu pensei: se nós não podemos ter na realidade real um edifício como o que eu queria para o Uruguai eu vou ter na realidade virtual; eu vou me dar um gosto pessoal; e pode ser também que seja um gosto nacional e internacional. Tudo isso provocado por uma intensa frustração pessoal. Foi um sonho a partir de uma frustração real e muito pessoal pois não havia um antecedente. Nunca tinha visto nada similar. Não é como uma

película de Bergman (Ernst Ingmar Bergman) que serve como um antecedente. Naveguei muito para ver outras coisas, como usavam os textos, os hiperlinks, para ver a velocidade, o tipo de informação, mas a idéia central eu não vi em nenhum lugar.

Atualmente os museus reais têm uma projeção na internet, mas o MUVA é totalmente virtual, existindo apenas no mundo virtual. Nesse sentido, como o MUVA está presente para além do virtual?

Está presente de muitas outras maneiras. A inauguração do MUVA I e agora do MUVA II foi algo real no anfiteatro com a presença do presidente da República, de ministros, do ministro da Cultura e outras personalidades. Foi muito importante porque venderam o MUVA e fizeram discursos relevantes. A apresentação foi com recursos sofisticados de multimídia. Houve um lançamento com coquetel. As pessoas não venderiam essa idéia se não a considerassem importante. Foram também diretores de museus, curadores, críticos e alguns artistas. Tivemos o intendente (prefeito) municipal de Montevideú, Ricardo Erlich, um cientista muito importante no mundo. Foi também a diretora de telecomunicações, María Simón, uma engenheira muito conhecida. Ambos fizeram discursos para valorar o MUVA. São pessoas muito cultas e ao mesmo tempo científicas que valoraram o MUVA sob dois pontos de vista: como instrumento cultural e também como afeto do ponto de vista científico. Eles consideram que para o Uruguai o MUVA é revolucionário. Eles não têm compromisso com ninguém e pois isso fizeram um discurso de coração e também porque acreditam na proposta.

Sentiu alguma mudança do MUVA I para o MUVA II? Sentiu alguma diferença ou mudança de percepção?

Sim, em pessoas da política, da cultura e da cultura política. Sim, porque quando apresentamos o MUVA I há dez anos a gente não sabia muito sobre esse tema. Convidamos muitas personalidades importantes e elas olhavam muito interessadas, mas elas não sabiam o que a internet seria. Não havia cifras de milhões e trilhões de habitantes que estão navegando, de quantos museus estão na internet. Mesmo eu tinha um conhecimento reduzido sobre o tema. Eu sabia muito, mais que eles na minha área, mas não sabia o que ia acontecer com a internet. Todos ficaram muito contentes com o MUVA I, mas era um experimento. Era como um primeiro avião que voou, mas ninguém tinha a idéia de que seria um meio aéreo comercial que iria transportar milhões de pessoas em todo o mundo. Santos

Dumont era um sonhador e naquele momento ninguém imaginava o que seriam as companhias aéreas, os aeroportos, o meio de transporte da humanidade. Os computadores não atraíam muita gente que escreve e gosta da máquina de escrever.

Agora, apresentar o MUVA II foi muito mais fácil porque todo mundo sabe a importância da tecnologia. Mesmo os mais reacionários com relação à tecnologia, tem e-mail, tem o telefone celular, tem um computador MAC ou PC. Eu comprei o meu primeiro computador em 1984. Aí eu entregava as notas no jornal e em outros lugares já em papel impresso. Minhas colegas rechaçavam essa atitude e meu chefe também. Falavam que eu deveria fazer o trabalho na máquina de escrever e não no computador. Havia muita resistência no princípio. De 1984 a 1996, fui crescendo na compreensão de que o computador era uma boa coisa, adiantava o meu trabalho, fazia revisão até chegar à versão que eu queria. Percebi que o computador mudaria muitas coisas no trabalho. Havia uma divisão ciência, tecnologia e humanismo. Mas para os anos 90 já era muito mais claro no mundo o que seria a internet.

No Uruguai há total diferença entre o primeiro e o segundo MUVA quanto à recepção. O MUVA II aparece após dez anos e a internet é mais comum. Temos pessoas novas escrevendo e navegando, pessoas em cibercafés, gente que não tem muito dinheiro, mas frequenta a internet. A internet tem de tudo, é uma coisa normal. Mesmo para quem já é mais velho precisa saber, ou para ensinar os filhos, ou para compartilhar. Os filhos estão fazendo jogos, desenhando, fazendo trabalhos para a escola e até mesmo os mais reacionários com a tecnologia acabam precisando dela.

Então o MUVA II teve uma facilidade maior para a sua estruturação?

Não, com o primeiro MUVA também tivemos certa facilidade. Teve muita divulgação, saiu na CNN e em várias publicações porque era revolucionário na época. O primeiro MUVA nasceu num Uruguai passivo que escutava e considerava o museu virtual uma coisa inteligente. Mas o Uruguai não tinha idéia de que seria algo grande como é hoje.

O MUVA é financiado totalmente pelo El País?

Não. A estrutura é sempre a mesma. Com salários, praticamente, com recursos humanos do *El País*. Essa é a razão pela qual o MUVA existe também. Se eu naquela época ou agora tivesse feito com o Estado, o município e a universidade, isso não estaria feito por causa da burocracia, do

pensamento e reflexão sobre se o MUVA deveria ou não ser pela internet. Teríamos um debate intelectual e apenas agora estaríamos fazendo o MUVA I e eu nem acredito que ele estaria sendo feito.

Como curadora do MUVA, como a Alícia Haber trabalha? Quais as suas atividades no MUVA? Como é o seu dia-a-dia? Como é o seu trabalho para manter o MUVA I e II ou projetar novos museus virtuais?

Em 2001 eu já achava que o MUVA estava um pouco velho para a nova tecnologia porque a internet muda e sempre temos que fazer coisas novas se queremos dar um golpe primeiro. Temos que andar muito rápido. Mas aí veio uma grande crise econômica no Uruguai que foi terrível. Foi a maior crise econômica da história do Uruguai. Na Argentina também foi muito grave. Muito desemprego, a pobreza cresceu bastante. O Uruguai, diferente do Brasil, é um país muito homogêneo, mas essa homogeneidade foi se perdendo. Cerca de 40 indústrias foram fechadas e para um país como o Uruguai foi muito difícil. O êxodo foi o maior da história pois muita gente jovem foi embora. E a recuperação é muito lenta e difícil. Muita gente perdeu dinheiro que juntou durante décadas. Muita gente perdeu a confiança no país e emigrou. Perdemos muitos profissionais qualificados.

Nessa época achei melhor passar assim tranquilamente pois numa época de muita crise havia o risco de fechar o MUVA. Eu não sabia o quando custaria uma crise tão grande. Então eu não falei nada e deixei o MUVA sobreviver. Eu apenas agreguei algumas mostras, mas sem fazer grandes ruídos ou pedir alguma coisa nova. Para mim, o MUVA II deveria existir naquela época. Eu tenho consciência das mudanças pois navego muito para ver o que está acontecendo e não ficar atrasada. Para mim, não importa se estou no terceiro mundo pois penso como primeiro mundo. Eu não quero estar atrás do primeiro mundo.

O MUVA ou outras coisas da minha vida eu não comparo com América Latina ou África. Eu quero me comparar com o primeiro mundo porque a exigência é muito maior mesmo que eu não chegue. Então eu não podia falar de um novo MUVA e apostei mais na sobrevivência dele. Fiz então novas exposições mas nenhum upgrade (atualização dos componentes de um software) do ponto de vista tecnológico. Conseguia as fotografias das obras pelos fotógrafos do jornal ou pelos próprios artistas e aí gastava pouco. E com a fotografia digital gastava menos ainda.

**Como descreve o seu projeto curatorial?
Preocupou-se com a vanguarda ou alguma
tendência artística?**

Eclético, jovens, tradicionais, mestres, arte nova, arte de mulher, o mais diverso dentro das artes planas porque para fazer escultura precisamos de movimento. Mas agora vamos ter. Nesses anos difíceis eu não podia fazer um investimento maior porque tinha medo de mexer e perder tudo. É como uma guerra e você tem que sobreviver. A estratégia foi sobreviver, mas eu sabia que tinha que mudar algumas coisas no MUVA. Então trabalhei também com artes plásticas, pintura, desenhos, fotografias e o que fui mudando foi o tipo de artista e também coleções internacionais. Fiz curadoria pela internet que foi só pela internet com mulheres fotógrafas no Encontro Geral das Américas em Quebec (Canadá), um evento com muita importância política. Eles convidaram museus da América Latina e o MUVA foi o único museu virtual que eles consideraram como sendo real. Havia grandes museus da América Latina e o MUVA, mas eles sabiam muito bem que era um museu totalmente virtual. Mandeí muitas imagens de mulheres e eles ficaram encantados com a variedade das imagens e depois escolhemos algumas. Imagina quatro museus da América Latina e apenas um museu totalmente virtual do Uruguai. Fizemos uma exposição maravilhosa de mulheres. Eu escolhi gênero e Bogotá escolheu violência. Eram temas gerais para essa conferência mundial, mas eu escolhi gênero porque me senti melhor com esse tema.

Também tem seção de arte contemporânea do Uruguai. Tem mestres, mas avança com a arte contemporânea. Então temos Lacy Duarte. Temos também Petrona Vieira que foi a primeira mulher pintora do Uruguai.

Por que Lacy Duarte está nos dois MUVA?

Porque com o material que tínhamos fiz o MUVA II. Havia só a vontade, mas a crise não havia passado. Já estava trabalhando no conceito do MUVA II, mas não sabia se haveria a possibilidade de criar um edifício completo.

Os artistas recebem algo para expor no MUVA?

Não. Mas também não recebem no mundo real. Agora neste último ano o Ministério de Educação e Cultura está dando algum dinheiro e também para o município destinado à compra de materiais. Se você vai fazer uma exposição, recebe algo. Mas isso aconteceu agora. Todavia o artista custeava e custeava sua própria exposição. Há prêmios municipais, nacionais, mas para fazer uma exposição é um problema seu. Damos a sala

e o curador e pronto.

**Mesmo em países mais ricos, onde há mais
dinheiro e investimento privado, às vezes
temos carências ou limitações. O que o MUVA
não consegue fazer? Quais as limitações que
você enfrenta no MUVA?**

São algumas dificuldades financeiras que se eu não tivesse contratava uma quantidade de pessoas para fazer o museu. Mesmo assim o MUVA II está na primeira linha neste momento. O que eu faço? Antes de lançar o MUVA II, mando e-mails para muita gente no mundo todo. Eu conheço muita gente em congressos e encontros e eles me mandam impressões. É algo muito positivo. Dessa forma sei que estou no bom caminho. Não tem ninguém no Uruguai que possa julgar. Então mando para muitas pessoas geralmente do primeiro mundo. De outras pessoas, eu consigo admiração e não uma avaliação. Por exemplo, eu já sei que um blog já deveria estar no ar imediatamente. Então agora estamos trabalhando no blog e isso requer recursos humanos para ser administrado. Tem gente que vai contestar, mandar pornografia ou insultos. Então o blog precisa ser administrado. Precisamos de alguém que escreva no blog. O MUVA necessita de mais interatividade.

**Como o MUVA vem escutando seus
visitantes?**

Eles não demandam porque tem tanta coisa por aí. Tem blogs, sites, tem tantas opções. Encontrar imagens de um país desconhecido como o Uruguai é importante. O MUVA está muito recomendado para aprender espanhol. Especialistas em arte têm materiais no MUVA que eles não encontram porque não há muitos livros de arte do Uruguai. Eles encontram textos que podem imprimir em PDF, vídeos e muitas outras facilidades avançadas da internet. E o edifício novo chama muito a atenção pois pode-se caminhar, ver e sentir a sensação de um museu real. Essa é a originalidade do projeto.

Ninguém pede blog ou outra coisa. Mas eu como diretora estou cobrando de mim mesma. Como diretora sei que faltam algumas coisas. Quero fazer o MUVA mais social, para a web 2.0, permitindo que você faça ou monte a sua coleção. Isso já implantamos. Tanto no MUVA I como no II você é totalmente livre. Não existe um único caminho a percorrer, mas há muitos, tantos que não se pode imaginar. Cada pessoa percorre o MUVA de uma maneira diferente. Tem gente que olha o quadro; tem quem olha e lê; outros escutam e assistem aos vídeos.

Com o blog como um diário, o visitante poderá

dizer o que gosta ou não. Por e-mail isso já acontece e é permanente. A outra novidade que estamos trabalhando é a comparação de imagens, um espaço para um estudante de arte, por exemplo, poder comparar Torres García (Joaquín Torres García) com Figari (Pedro Figari) e perceber tendências diferentes. Isso se faz muito na aula de História da Arte. Como estudante ou professor pode-se fazer uma apresentação e uma pesquisa mais facilmente. São coisas que senti que faltava e primeiro mostrei que valia, e todo mundo comprou a idéia. Mas temos que continuar a crescer.

Além do aspecto informativo, o MUVA também está indo um pouco para a área de educação?

Já é educativo. Em todos esses anos o MUVA aparece recomendado nos textos para aprender espanhol como uma ferramenta mais interativa. É mais divertido do que aprender apenas com textos e também porque os jovens gostam da internet. Sou educadora e sabia que o MUVA seria bom para a educação, mas não para pequenos. Descobri que está recomendado para estudantes de 12 ou 14 anos. Neste caso não precisa ler todos os textos, mas a imagem dá para o professor falar e comentar sobre o Uruguai. Aumentei muito a informação do Uruguai com links. Tem o mapa do Uruguai e muitas outras coisas atrativas. Grã-Bretanha e Estados Unidos estão escolhendo o MUVA também. Recebo cartas dizendo que escolheram o MUVA para ensinar língua com arte. As duas coisas atraem muito os educadores. Como sou educadora também sempre trato para que tenha alguma coisa educativa.

Por exemplo, publicamos cinco ou seis links sobre o Uruguai para que aprendam em inglês ou espanhol sobre o nosso país. Também temos, por exemplo, links para o Cubismo, Surrealismo, glossário pensado para a educação de público em geral ou universitários, bibliografia etc. Tem tudo o que eu faria numa sala de aula, mas sempre penso numa sala de aula universitária.

Existe algum tipo de preocupação ou diálogo seu para estimular ou criar a experiência do MUVA em algum outro país?

Tem gente que me diz que eu deveria vender a idéia como consultoria e ganhar dinheiro, mas não é o meu interesse. Coloco muita energia no MUVA. Acredito que nesse momento tenho preocupações concretas. Quero o blog, comparação de imagens e quero fazer outras coisas também. Estou pensando em fazer exposições de esculturas. Temos que encontrar alguma tecnologia viável. Vai dar muito trabalho, talvez fotográfico, tecnológico, mas vamos

encontrar um caminho que não seja muito custoso porque o jornal (*El País*) faz isso e não ganha nada. Faz tudo só pelo bom espírito. Temos que conquistar um caminho que seja muito econômico e que dependa mais de nós. Essa idéia está em processo pois quando penso não é para dez anos. Penso para agora. Tudo isso será para um ano e se Deus quiser estarei viva. Também quero arte web no MUVA.

O seu trabalho de curadora e gestora cultural também é de uma empreendedora aberta para buscar inovação seja tecnológica ou maneiras de se fazer e materializar alguma idéia. Nesse sentido, qual característica sua considera fundamental para o MUVA e também para materializar esses projetos virtuais?

Sou boa crítica e boa curadora no mundo real e há muitos outros intelectuais no Uruguai. Mas para a gestão do produto cultural, para buscar esforços, não tem gente no Uruguai. As pessoas falam de mim como o locomotiva da arte. Sempre me perguntam: "Alícia, em que projeto você está agora? Porque você é a locomotiva da arte". Então sou vista como uma pessoa que cria projetos e que não pára. Dizem também que sou a única que consegue vender idéias, que faço o marketing da idéia. Sou também uma das pessoas que vai falar com a imprensa.

Qual a sua explicação para essa postura?

Não gosto de estar frustrada e quero sempre um lugar mais desenvolvido, mas não podemos ser anacrônicos. Então penso em me realizar mais e mais no Uruguai. Não quero alimentar essa frustração de país subdesenvolvido; de tentar fazer algo; fazer uma revista e depois de dois números quebrar. Não quero isso. Então eu quero e procuro fazer dentro das minhas possibilidades. Então, respondendo, vem de não querer ficar frustrada.

De certa forma, sua frustração criou o MUVA. Agora, uma vez que o Muva está criado, restou alguma frustração?

Sim. Eu vivo frustrada. Agora quero muito que o MUVA tenha todas as coisas que lhe falei. Trato muito bem todos os que trabalham comigo, mas eu fico em cima.

Mensalmente, semanalmente, como é sua rotina de dedicação ao MUVA?

Antes eu me reunia muito com o webmaster, mas agora fazemos tudo pela internet que é muito mais fácil. Podemos mandar imagens e dizer que deve ser publicada dessa ou de outra forma e depois nos reunimos para grandes temas. Então, do ponto de vista intelectual tem muita gente boa

no Uruguai, mas com capacidade de engenharia, empresária, de criar, não há muita gente. Eu sou muito enérgica para conquistar e não frustrar e também, outra característica pessoal que ajuda, é que sou muito curiosa.

Teve algo no MUVA I que buscou mudar no MUVA II em função de alguma crítica?

O MUVA I estava muito pequeno. Por mim, em 1999 ou 2000 já teríamos feito outro MUVA, mas não foi possível. Em 2007 a interatividade na internet cresceu muito, mas não recebi grandes críticas ao MUVA porque todos estão fascinados pela idéia e pela originalidade do projeto. Penso que a maior crítica sou eu mesma por estar permanentemente pensando. Por exemplo, os vídeos deveriam ser melhores porque fiz um convênio com um profissional. Eu dou publicidade na internet para ele fazer vídeos grátis. Mas se eu tivesse financiamento ou dinheiro eu pagaria a outro profissional para fazer como eu quero.

A qualidade do MUVA vem muito mais por um esforço seu do que pela ação do visitante que contribui pouco. Podemos dizer isso?

Tem visitante que não gosta de algum estilo. Por exemplo, alguns acham muito agressivo o trabalho de Lacy Duarte. Eles mandam carta e eu contesto dizendo que um diretor de museu tem obrigação de mostrar tudo o que há de melhor no Uruguai. Se você não gosta de algo, tudo bem. Se formos ao MoMA (The Museum of Modern Art, New York), numa exposição no Brasil ou no Uruguai também podemos não gostar. Mas o curador buscou. Eu, como curadora de museu que será visto em todas as partes do mundo, tenho obrigação de mostrar determinadas obras mesmo que eu não goste muito. Devo mostrar em nome da cultura uruguaia. Eu não gosto de tudo o que está lá no MUVA, mas penso que se é muito bom e muitos consideram muito bom deve estar no museu para estabelecer um diálogo. Sou também curadora do Centro Municipal de Exposição em Montevideu e existem artistas lá que algumas pessoas gostam e outras que não gostam.

Considerando sua atuação no Centro Municipal de Exposição em Montevideu e no MUVA, sente alguma diferença?

Também faço curadoria em outros espaços. Em geral, minhas exposições têm sucesso porque produzo catálogos maiores, porque consigo dinheiro e melhores cenógrafos. Trato de compensar a debilidade estrutural com gente muito boa em sua profissão. Tenho uma equipe que não trabalha comigo no mesmo espaço físico como desenhadores, gráficos, ploteadores, fotógrafos. Assim consigo fazer tudo saltando

a estrutura municipal. Caso contrário eu não faço nada porque às vezes me dão profissionais que não estão preparados. Nesse sentido, eu não diferencio fazer uma curadoria real de uma virtual. Escolho um artista porque penso que ele é bom e se realmente for consensual. Também penso se o artista será bom para o MUVA e se há complementação com os museus reais.

Fez curadoria das obras de Lacy Duarte fora do MUVA?

Sim, já fiz trabalho com ela para a Bienal de Veneza. Esse é o caso mais visível. Os outros são visíveis também. Por exemplo, fiz exposição sobre Solari (*Luis Solari, Máscaras todo el año*, Linardi y Risso, Montevideo) que escrevi um livro. Fiz também sobre o Gurvich (José Gurvich) que escrevi três livros. Fiz muitas outras exposições que foram para os Estados Unidos, para o México e para o Brasil no Memorial da América Latina. Sobre Figari (Pedro Figari) não sou especialista, mas é o pai da pátria em certo sentido. Fiz retrospectiva de Iturria (Ignacio Iturria) como um livro. Escolho os artistas que conheço bem mas que são considerados muito importantes. Das mulheres, eu conhecia elas. Não sou especialista na carreira de cada uma, mas as conhecia e dei oportunidade a elas de serem reconhecidas no Uruguai e no mundo. Isso tudo é para justificar a exposição. Do Iturria fui curadora somente uma vez, mas é considerado o artista mais conhecido no mundo contemporâneo fora do Uruguai.

Tem algum artista que está somente no MUVA?

Tem gente que tem uma ou outra obra no museu real. Mas o único lugar onde podemos ver todas as obras de Petrona Vieira, de Lacy Duarte e de Pedro Figari é no MUVA. Se for para o Uruguai e quiser ver essas obras elas estão todas espalhadas, em posse privada, em galerias e em museus. Geralmente, mostro só coleções privadas. Esse é outro critério: não mostrar o que está no museu real; mostro somente coleção privada porque não são expostas e, quando são, servem apenas para um especialista.

Então o MUVA nunca vai concorrer com um museu real? Podemos dizer que o MUVA divulga, mas não compete?

Sim. Expomos obras que não se vê nem em Montevideu. Fiz exposição real de Petrona Vieira, mas durou dois meses apenas. Depois tudo foi embalado e voltou para os colecionadores. Foi embora e desapareceu.

Atualmente, acabamos reduzindo qualquer coisa à fotografia. E hoje no MUVA, a fotografia é vista num determinado contexto.

Temos os museu de paredes brancas, o chamado cubo branco, e temos também museus com uma cenografia. Quando pensou o MUVA II, partiu de alguma dessas visões?

A arquitetura do MUVA II é mais real. Está totalmente pronta para ser construída. O MUVA I é mais imaginário. No MUVA II, o arquiteto trabalhou para construir tudo, com cálculo da estrutura.

Nessa redução de tudo à fotografia e à tela do computador, você se preocupa com o entorno do quadro quando coloca um som de passarinho ao fundo, uma pessoa lá no meio na entrada do MUVA II, uma recepcionista, a arquitetura. Mas podemos dizer que o MUVA está mais para um cubo branco, um museu formal?

Sim, está mais para um cubo branco, um museu formal. Sim, porque é isso que nós não temos. Não temos esse nem os outros. Mas temos planos de outras coisas no MUVA. Por exemplo, queremos expor arte web que não será colocada numa sala; queremos também expor escultura no parque, que seria mais tradicional, mas pode ter outras coisas não tradicionais nesse sentido também. Quero criar um espaço web que não será arquitetônica.

Seria uma espaço da tela do computador e não um espaço que se projeta a partir do mundo real?

Não. Seria um link que diz: “agora você descobre a arte web que está somente na rede”. Essa arte não é para por numa parede. Será uma arte de computação, uma instalação tridimensional. O que temos que conseguir é um software que não seja muito caro e uma maneira de fazer que dê uma sensação real. Quero fazer isso porque tenho consciência de que falta.

Entrei no Second Life para conhecer. O que pensa sobre essa tecnologia?

Já entrei também e estou sempre navegando, mas o Second Life é totalmente artificial e comercial. Eu não acredito que esse Second Life seja bom para mim. Eu também sei as coisas que não quero. Não me serve, mas estou atenta porque talvez algum recurso do Second Life seja bom para o MUVA e aí vou falar com o meu webmaster. Sempre mando para o nosso webmaster o que considero interessante para investigarmos juntos. Já pedi para ele investigar o Second Life. Tenho idéia sobre essa tecnologia: tem que ser criador, é divertido, é comercial e artificial. Vejo mais como uma experimentação. Pode ser uma tendência.

Um arquiteto falou para eu experimentar um avatar no MUVA, mas tenho que pensar para não contradizer a linguagem do MUVA. Não aceito qualquer novidade pois também tenho que ver o custo. No Second Life, podemos tirar a roupa, voar etc. Então não quero algo artificial. Uma amiga é gorda e se fez magrinha. Não tem dinheiro, mas comprou uma mansão. Então é comercial e artificial. Não posso confundir isso com o MUVA. Tem avatar sério, de universitário, mas por isso tenho que estudar. Pela internet, com o MUVA, até agora não tivemos nenhum problema de identidade, com mentiras ou informação falsa. Sempre estamos atendendo e vários trabalhos são publicados por pessoas reais em diversos lugares do mundo.

Vários teóricos constataam que pessoas do senso comum associam mentiras e farsas à internet. Na verdade, as relações, na mairia das vezes, são sérias, engajadas e verdadeiras. Percebe essa realidade com o MUVA?

Na vida real você também pode se enganar, violar leis, fazer coisas piores. A pedofilia que acontece na rede não foi inventada na internet. Venda de drogas não foi inventada na rede. A internet não acrescenta esses problemas. Acho que na vida real os enganos são maiores.

Para finalizar, gostaria de abordar a identidade do Uruguai. Você nasceu lá?
Sim.

O MUVA, além de ser informativo, tem papel de patrimônio, memória que acrescenta na identidade do cidadão?

O cidadão comum não tem a menor idéia de quem é Lacy Duarte, e provavelmente não vê suas obras de arte. Na inauguração, falaram que o MUVA II é atrativo e também pode atrair aquela pessoa que nunca provou o gosto da arte. A internet é atrativa. O MUVA tem música e canto dos pássaros. Para mim, não é preciso, mas para outras pessoas é importante. Nem foi idéia minha colocar esses atrativos, mas de outra pessoa no jornal (*El País*). Teve gente que entrou no MUVA pela música. Tem gente que entra pela arquitetura e outros pelo entretenimento. O MUVA não é um lugar divertido, mas tem um pouco de graça. Dá para passear, clicar, andar e clicar mais. A internet tem que ser atrativa. Tem que ser educação e entretenimento, edutreinamento. Assim as pessoas vão conhecendo Lacy Duarte, Figari etc. Na vida real, também é assim. Se o museu é atrativo, lindo, tem coisas boas, jogos, lugar para crianças, café, livreria e outras atrações, pode-se descobrir a arte. Falo isso para um tipo de público. Há outros tipos de pessoas que vão às

exposições como já estão acostumadas.

Aquela visão do mar no MUVA II existe?

Isso é uma coisa muito interessante. O intendente (prefeito) estava muito contente porque é uma publicidade turística.

Esse espaço é do governo onde está o MUVA II virtualmente?

Totalmente do governo municipal e gerou muitas piadas. Disseram que iriam cobrar impostos porque estão usando um prédio municipal. Seria um imposto virtual. Estavam todos contentes e houve essas piadas.

É uma vista que alguém pode ir ao Uruguai e ver?

Sim. Tal qual está no MUVA II.

Por que escolheu esse lugar onde o MUVA II está hoje virtualmente?

É o lugar mais lindo de Montevidéu. Também brincaram perguntando se eu tinha permissão para construir o MUVA lá. Não sei se seria possível do ponto de vista municipal e econômico, mas o mais engraçado de tudo isso é que o intendente (prefeito) disse que no lugar virtual e hipotético onde estaria o MUVA II, na rambla (calçada) de Montevidéu, colocaria uma pequena escultura dizendo: "Aqui está o MUVA II". Não seria nada grande, mas um sinal, um marco do MUVA II. É um local onde todos vão passear no domingo. Isso é incrível: o intendente de uma cidade real colocar algo para indicar onde está o MUVA II. Isso quer dizer que eles dão importância.

Quando vão fazer isso?

Está praticamente pronto. Estão desenhando. Mas já tem a permissão. Então o município considera importante e também porque é um sonho de uma coisa que talvez no futuro seja possível.

O MUVA I tem um marco para um possível sonho também?

Seria impossível porque naquele momento pensamos o MUVA I no centro da cidade e teríamos que retirar alguns edifícios.

Podemos dizer que o MUVA II é mais estratégico?

Sim. É mais bonitinho, num lugar que não tem edifício e que pode se materializar porque o arquiteto pensou ele de tal forma que você não vê ele como um plano. Não é uma parede que vai ocultar a rambla maravilhosa, a vista para o mar, a vista do parque. É uma arquitetura muito baixa e não vai ocultar nada na rambla. Ele vai crescendo para baixo. O MUVA II foi pensado na

cidade. O sonho de materialização de um lindo museu é cada vez mais forte. O intendente cada vez que volta de uma viagem de ciência ou de política é questionado: "como é possível que esse lugar (Montevidéu) não tenha um lindo museu?" Também perguntam para mim. Em Madri, em Atenas, me perguntaram: "Alícia, como é possível que vocês não tenham um lindo museu?" Aí volto mais deprimida ainda. Então, o intendente disse para mim que estamos todos com essa frustração de não ter um lindo museu.

Então podemos dizer que sua frustração contaminou a todos com uma frustração ainda maior?

Não sei se é maior, mas acho que coincide. Todos nos que estamos no mundo da arte ou mesmo quem está no governo sofre com essa pergunta. Às vezes uma pequena universidade tem um lindo museu e nós não temos nenhum museu. Geralmente o público culto, digamos, amigos, profissionais das artes, o intendente, todas essas pessoas sofrem essa situação. É uma frustração entre todos, mas que não havia sido conversado. Agora já se fala mais sobre o problema.

Podemos dizer que sua curadoria está além do museu? Sua curadoria pode ser até de criação de um museu a partir de um virtual?

Sim e é assim que termino todas as minhas apresentações, dizendo: "Vou continuar com o MUVA mas quero de verdade é que se construa um museu real".

Seria um sonho materializado como projeto virtual?

Sim, do material ao virtual e do virtual ao material, sem abandonar o virtual e o real. É um permanente círculo, um diálogo. Tudo isso tem muito a ver com minha vida porque eu estou vivendo muitas coisas ao mesmo tempo.

Virtual para você é mais um caminho? Pode ser um livro, um catálogo, todas as mídias?

Eu não sinto tudo isso divorciado, separado, cada vez que surge uma coisa nova. Fui sempre uma professora e eu utilizo essa ferramenta como uma a mais no mundo da educação. Antes eu projetava slides. Toda a vida de um estudante de arte começa olhando fotografias. Podemos ir a Paris e olhar a Vénus de Milo ou a Vitória de Samotrácia, mas os estudantes não vão à Europa para ver tudo isso. Quando vêem é muito mais tarde. Agora vemos tudo em fotografia colorida, mas antes era só através de livros com imagens em branco e preto e numa escala muito diferente da real. Então sempre houve esse problema. A internet não criou o problema da imagem. Os japoneses não vêem a Gioconda (Mona Lisa, de

Leonardo da Vinci, 1503-1507). Quando eles vêm é porque têm o desejo de viajar e ver depois de muito tempo. Mas antes houve um estudo, viram nos livros e agora na internet. A menos que more na Europa ou nos Estados Unidos é isso o que acontece. Mesmo assim, o primeiro contato com a obra acontece através de fotografia, informação ou texto ilustrado. Ninguém aprende num

museu real estudando a obra real. Vi meninos de escolas italianas viajando por toda a Itália para ver obras famosas. Mas os latino-americanos ou africanos ou de outros continentes não podem ter essa maravilhosa experiência desde pequeno para ver todo o Renascimento, a arte romana, a arte grega e outras.

ANEXO 2

Entrevista com Sérgio Miranda

Jornalista e profissional integrante da Equipe Técnica de Imprensa e Divulgação, ligada à Diretoria do MAC, realizada em 27/11/2007, por Ebenezer Takuno de Menezes, mestrando do PROLAM-USP (Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina), na sede do MAC na USP.

Atualmente qual o seu trabalho para manter o MAC Virtual (macvirtual.usp.br)?

O site do museu é uma das atribuições que agora é da Equipe Técnica de Imprensa e Divulgação. Somos quatro: eu, a Carla, a Michele e o Maurílio que está de férias, bolsista que a gente chamou. Então você tem um jornalista, eu, a auxiliar administrativa, a Michele, a Carla que é arte-finalista, e o Maurílio que é o bolsista específico para o site. Temos as atribuições de assessoria de imprensa, de mala direta do museu, da divulgação, material de divulgação, de um apoio à comunicação visual do museu, fazendo as etiquetas das exposições. Então tem uma gama bem grande de coisas referentes à comunicação dentro deste setor. Já o site, depois de ter passado o projeto MAC Virtual, o site voltou para este setor em abril do ano passado. Final de março, abril, quando a Lisbeth assumiu a direção do museu. Quando ela assumiu, o que ela encontrou? Ela encontrou o site vinculado a um projeto, o tal do projeto MAC Virtual.

Pelo que estou entendendo, o MAC Virtual é diferente do site do MAC?

São duas coisas diferentes. O MAC Virtual é um projeto (que já acabou) e deixou um site, que tem uma história anterior e posterior ao projeto MAC Virtual.

Hoje, na verdade, tanto o site quanto o projeto de MAC Virtual são o projeto MAC Virtual?

O projeto MAC Virtual é uma coisa que acabou na verdade se transformando num site. Ele se reduziu em um site. Havia uma proposta para ele ser uma ferramenta de comunicação interna e externa do museu com intranet, consulta ao banco de dados do museu através da intranet. Um pesquisador do museu que vai montar uma exposição já sabe as obras e em que condição elas estão porque o pessoal do restauro também

tem esse acesso.

O MAC Virtual seria uma ferramenta muito além de um site?

Nesses quatro anos que o MAC Virtual aconteceu, ele se reduziu ao site. O que foi feito efetivamente foi pegar um site do museu que já existia e mudá-lo. Trabalhando com o conteúdo, mudou o design, mudou a forma de interface, de interatividade, enfim, transformou o site do museu. É o que foi feito no projeto MAC Virtual, por isso ele se confunde com o site. Quando a Lisbeth assume a diretoria, ela encontra esse site do museu já sem apoio financeiro, o projeto havia terminado. Ele foi constituído por uma equipe, com uma pessoa do MAC na verdade à frente desse projeto e algumas pessoas do MAC também. Por exemplo aqui do lado o núcleo de informática era um núcleo assessor ao MAC Virtual. Tinha a diretoria administrativa, que era um núcleo assessor ao MAC Virtual. Mas o design e a estrutura foram feitos fora do Museu, e a própria alimentação do site era feita por pessoas de fora também, contratadas pelo projeto.

E como foi a seleção de obras?

A gente chega lá! E aí essa equipe que foi chefiada por uma pessoa do museu, uma pessoa, aliás, que havia acabado de entrar no Museu, menos de um ano que o MAC Virtual foi implantado, não tinha uma vivência de museu anterior. Ela chegou junto com a professora Elza como diretora e depois assumiu esse projeto. Ela constituiu a equipe de trabalho somente com mão-de-obra contratada com a verba desse MAC Virtual.

O Santander foi o patrocinador?

Era o Santander. Eram pessoas (a equipe do site) de diversas áreas. Alguns eram alunos da USP e outros não. Por muito tempo a gente constituiu uma equipe basicamente de administração do site que o alimentava com dados. Antes dessa equipe temos uma ação em dois campos. Primeiro no campo do desenvolvimento da tecnologia que vai abrigar esse site que foi feito em conjunto com a Poli. Eu estou falando tudo isso mas não fui eu que fiz pois estava fora desse processo. Foi feito um levantamento de quais seriam as necessidades do museu. Até onde foi esse levantamento, que pontos ele buscou, eu não saberia dizer. Tudo isso foi passado para

constituir o banco de dados e toda a parte tecnológica do projeto e ao mesmo tempo foi escolhida uma agência de design para fazer a parte de design do site. O que está na entrada do museu, imagino, que esse pessoal do design sugeriu aqui e alguém aceitou. Há várias críticas a essa postura no museu.

A forma de trabalho durante esses quatro anos foi assim que se desenvolveu e você não participou?

Na verdade, é o que a gente acompanhou, de fora.

Você já estava trabalhando aqui?

Na mesma equipe.

De certa forma a construção do MAC Virtual ignorou a equipe que já existia no MAC?

É, na verdade, tem a questão política. Eu estou no museu desde 1992 e desde 1995 com a professora Lisbeth. Aliás, neste ano foi implantado o site do museu, exclusivamente feito com o esforço do pessoal do núcleo de informática. Os técnicos de informática que faziam as páginas de uma exposição.

Você lembra qual foi a primeira exposição virtual?

Não gosto de chamar de “exposição virtual”, mas a primeira exposição a ganhar páginas no site do MAC foi “Modernismo Paris Anos 20 - Vivências e Convivências”, em 1995. Em 98, se eu não me engano, quando assume o professor Teixeira (José Teixeira Coelho Netto), ele traz para o museu como vice-diretor o Martin Grossmann que foi o professor responsável pela implantação do USP Online. Ele vem para o museu com uma idéia de que o site é uma ferramenta um maior do que somente divulgar as ações do museu para fora. O professor Martin criou para mim na época a figura do Gerente de Informações. Qual era o sentido disso? Ele achava que todas as informações do museu, produzidas em qualquer um dos setores, desde a biblioteca até o acervo, tinham que vir para o gerente de informações para distribuir da melhor maneira em relação ao público externo. E público interno também, porque também fazíamos um boletim interno. E com isso eu assumi esse papel da internet. O professor Martin também promoveu um avanço significativo no site. Nada de fantasioso tecnologicamente, somente uma questão de mais informações organizadamente. Isso de 98 a 2002. E é do professor Martin Grossmann a proposta do MAC Virtual. A proposta do projeto chamado MAC Virtual.

O site faz parte do MAC Virtual?

O projeto é maior que isso. É toda uma ferramenta interna, com níveis de acesso, administração etc. Essa proposta consegue o patrocínio, esse apoio, na saída do professor Martin do museu. Ele tinha a perspectiva de continuar no museu, de assumir a diretoria depois do professor Teixeira, mas a reitoria escolheu outra pessoa. Então, quando a professora Elza (Elza Ajzenberg) chega, ela encontra o projeto MAC Virtual, uma verba destinada a esse projeto e uma equipe formada pelo professor Martin pronta para trabalhar.

O professor Martin era diretor?

Era vice-diretor e quando a Elza assume ele sai do museu. Mas nós já tínhamos uma equipe envolvida com o projeto.

O Martin estava junto com a Lisbeth?

Não. Era com a gestão do professor Teixeira. Na verdade, a gente fala mais do Martin do que do Teixeira em relação ao site. Era ele quem dava as diretrizes, reunia a equipe, basicamente três níveis de profissionais: o Teodoro, que tinha envolvimento da parte da informática para nos dar soluções técnicas e tecnológicas que fossem necessárias; o jornalista para cuidar da questão da informação, do conteúdo; e uma webdesigner. Uma das idéias dele é que a exposição no site tivesse a mesma linguagem da exposição que estivesse em cartaz. Ou seja, a visita virtual não substituiria a visita presencial. Adquirir a experiência de uma visita presencial é outra coisa, mas a idéia é que tivesse uma linguagem da montagem da exposição. Essa exposição está montada no site do museu com a mesma linguagem que ela está montada nas salas. A linguagem é a mesma, mas a mídia é outra. Essa é a idéia do Martin para as coisas que você vai ver. Vou te mostrar como eram as coisas quando a Paula, a webdesigner, montava. Cada exposição tem uma linguagem absolutamente diferente porque estava de acordo com a linguagem da curadoria da exposição.

Vocês eram simpáticos a essa visão?

Gostavam de alguma forma?

Eu particularmente gostava, gosto, aliás. Eu só acho que o ideal é misturar um pouco as duas coisas. Quer dizer, você não pode perder totalmente a identidade porque quando entra uma exposição nova, ela é tão completamente nova que não há permanência alguma. Aí quando a professora Elza chega a primeira coisa que ela faz é chamar uma professora também de fora para ficar à frente do projeto. Ela reuniu a equipe para falar de MAC Virtual: Eu, a informação, a webdesigner e a informática. E foi a única reunião que a gente teve. Porque a partir dessa reunião, acredito, a gente não poderia trabalhar porque

as idéias eram completamente diferentes do que estava se pensando. Na verdade, a idéia era refazer o site, gastar o esforço e o dinheiro do Santander em algumas coisas também importantes como o registro fotográfico da maioria das obras, mas, no fundo, reduziria o projeto inicial em apenas transformar o site. Com mais ferramentas, com novo design, mas com a mesma filosofia de um site informativo apenas. Não se entendia, por exemplo, uma coisa que se perdeu muito tempo. Passaram um ou dois anos refazendo o conteúdo, refazendo todas as exposições que o MAC já tinha no site para o formato novo ao invés de começar da atual exposição e talvez ir resgatando um pouco do anterior. Eles começaram desde 95. Então no site MAC Virtual tem a primeira exposição de 95 montada dentro da estrutura atual. Não se preservou a história como era em 95.

Mesmo que tivesse um novo design, acho que seria interessante manter a estética?

Também faz parte da história. Em 95 quando aquela exposição foi colocada no site, ela tinha essa forma e não essa que a pessoa encontra agora.

Seria algo mais fiel então?

Refletiria a história do site, da instituição. E aí as outras questões são políticas mesmo. Quer dizer, o diretor chega a cada quatro anos e estabelece seus próprios programas e maneira de trabalhar. E a nova diretora não quis trabalhar conosco. Para o meu trabalho, o site era até uma coisa além do que eu fazia. Continuei fazendo assessoria de imprensa, divulgação, continuei fazendo minhas coisas. O dinheiro do site acabou assim que a professora Lisbeth entrou. Quando a professora Lisbeth me chamou em 2006, no ano passado, o site já estava pronto no ar, funcionando, os equipamentos que estão aqui foram comprados com dinheiro do Santander. Para fazer o site, o provedor, o banco de dados, tudo comprado com a verba do Santander, orientado pelo nosso pessoal de informática. E quando a Lisbeth chega e passa o site para minha responsabilidade, a primeira coisa que eu faço é um levantamento da situação do projeto e eu descubro que eu estou trabalhando com três pessoas que não vão ter salário no fim do mês. Já estão trabalhando e o dinheiro do projeto acabou. Três pessoas que não eram do MAC, duas alunas da USP e um funcionário mais técnico. Conversei com a professora e ela conseguiu um aporte financeiro para fazer os últimos pagamentos. E foi muito ruim porque não tinha nem como eles passarem para nós o que estava sendo feito ou não. E encontramos isso, sem verba alguma e eu pedi então à professora que eu assumiria essa

responsabilidade mas precisaria de mais gente, pois minha equipe era eu sozinho. E aí ela, de um outro setor do museu, conseguiu a Carla que é importante. Ela é arte-finalista. E essa parte de design é bem importante ter uma pessoa aqui dentro. E a Michele vem da área administrativa. Ajuda bastante nisso também e sobretudo a organizar o setor. Me tira um pouco do trabalho, por exemplo, do mailing list do museu, das outras coisas que o setor ainda manteve. O site continua com esse conteúdo. Na verdade, o que acontece? Começamos um outro dilema esse ano que já vai acabando. Nós estamos continuando a história que começou lá atrás. Mesmo quando eu não estava mais atendendo o site, fazendo o site, a conta de e-mail do museu eu continuei atendendo. E é nessa conta que as pessoas faziam os comentários sobre o site. A pessoa entra no site e em "fale conosco" entra em contato comigo. Baseado em todos esses comentários do usuário e uma pesquisa um pouco mais apurada e preocupada com os nossos colegas de trabalho, que a gente foi identificando os principais problemas que o site chamado MAC Virtual apresenta. A gente identificou algumas coisas principais. A primeira delas é a questão de acesso. As pessoas não conseguem encontrar as coisas dentro do site do museu.

Então através desse info, info@mac, como é?

Infomac@usp.br é uma conta de e-mail que eu atendo. Já atendia desde a época do Teixeira. Foi criada na época do Martin. E ele criou essa conta para o público do site falar com a gente.

Então o principal canal para vocês ouvirem o visitante é através desse e-mail? Não existe um formulário ou algum Chat? É só o e-mail mesmo?

Para falar do site sim.

Não tem nenhuma linha, canal, um telefone, um 0800?

Não. Só o e-mail mesmo. Nós vamos chegar lá porque tem proposta. Mas hoje é o e-mail e é bastante numeroso. Tem desde como mostrar as obras no site, como faz para marcar uma visita no museu, qual o horário de funcionamento. Não precisaria perguntar pois está escrito no site. Como faço para me inscrever no curso tal? E também comentários específicos do site. O site é muito legal, mas eu não consigo encontrar isso. Vocês estão de parabéns, é ótimo, mas não encontrei tal coisa. Primeiro elogia, depois vamos criticar. Então, o primeiro problema para ser resolvido é o acesso às informações. O segundo problema é a questão da aparência, de design mesmo. É uma crítica mais de dentro do que de fora. Sei que foram profissionais que

fizeram e tal, mas imagina no começo da internet quando várias coisas, vários programas estão sendo descobertos e temos na mão uma verba ilimitada para trabalhar. A pessoa vai usar todas as coisas que conseguir, todos os programas que achar que são modernos sem muita limitação orçamentária. Me parece um pouco isso. Tem coisas que não servem para absolutamente nada, que não são utilizadas. São coisas que foram feitas assim. A nossa parte, por exemplo, do museu educativo foi feito sem o nosso pessoal da educação participar. Os jogos que estão lá são todos criticados, didaticamente criticados. Foram feitos pelo pessoal do design. Pintar o Cavalo e outras coisas assim. Foi meio que assim: quais são os programinhas para fazer jogos na internet? Vamos usar! E por aí vai.

E com relação a aparência o que citavam?

A aparência é um problema mais interno do que externo. O que eu costumo falar é assim: fez-se um site e, em termos de conteúdo e acesso, um site feito para nós mesmos. Ou seja, para nós que sabemos que as coisas estão lá e sabemos onde elas estão. É ótimo, eu acho. Se você disser que não achou tal coisa para mim, eu vou e mando o link para você. Sei onde está. Então o site é para quem está no museu. Então é um site feito para nós mesmos.

É uma crítica sobre o site?

Em termos de conteúdo esse “nós mesmos” fica limitado um pouco. Feito para nós mesmos que estamos acostumados com a linguagem de museu, como pesquisadores de artes. É também um site um tanto hermético nesse sentido, no acesso e no conteúdo. Há críticas recorrentes. Já falaram que parece do McDonald’s por causa do vermelho e do amarelo. Que para um site de artes a combinação de cores é estapafúrdia. Falaram que em qualquer página tem a obra da Regina Silveira por trás do museu: É uma sombra projetada na parede mostrando uma figura de um militar a cavalo, um general ou coisa assim. Um professor comentou: um museu que nos anos 70 foi combativo agora tem a cavalaria, a sombra da cavalaria com uma espada em todas as páginas de seu site. Então tudo isso tem a ver. E um outro problema que chamo de navegação é que, mesmo que acesse o lugar certo, há dificuldade para saber para onde você tem que ir. Para resolver tudo isso sem dinheiro, sem poder ter mais ninguém, sem poder adquirir software, sem poder atualizar equipamento é difícil. Então a gente passou esse tempo fazendo essa pesquisa de como mudar e levantamos uma proposta. Uma proposta que é intermediária porque sem financiamento não há como mexer na estrutura do site que foi montada. Qualquer pessoa que

for mexer na estrutura vai precisar de dinheiro. Então o que estamos criando são páginas de sobreposição, para que sejam de acesso fácil para um conteúdo que já está lá. Então é uma interface nova para o mesmo conteúdo.

Vocês estão pensando nesse projeto desde quando a Lisbeth entrou em 2006?

Dividimos esse tempo da seguinte forma: primeiro um diagnóstico da situação do projeto e isso não demorou: o que nós temos, quanto tem de dinheiro, o que dá para fazer, o que não dá para fazer. Por exemplo, uma coisa que não se fez mais foi incluir a informação em outras línguas porque não se pagou mais tradutor. Só tem português, embora a proposta é em inglês e espanhol. Então, um tempo para o diagnóstico e outro para ouvir, para pegar todos os dados desses comentários pela internet e dos nossos colegas, conversar com grupos e tentar identificar os problemas. Que é muito maior do que isso que a gente está fazendo. Na verdade, esse ano, a gente decididamente mexeu com essa questão sobre o que fazer, até porque também tem que pensar nisso, nós ficamos até fevereiro se não me engano com a perspectiva de um refinanciamento do Santander. Quer dizer, mesmo tendo acabado a verba, a Lisbeth procurou ver se ia continuar ou não, e no final não veio. Então vamos fazer nós.

O Santander aparece no site do MAC?

Aparece num lugar muito ruim. É um outro problema. Uma coisa que a gente queria fazer junto com o nosso pessoal de marketing que consegue os apoios culturais é ver como o patrocinador aparece no site, dependendo da quantia ou valor investido. Disciplinar isso. Agora, se para você ver o Santander que pagou tudo tem que clicar numa página para ver quem patrocinou não é uma página atrativa. Eu não vou clicar só para ver quem patrocinou. O nome dele tem que estar no alto logo de cara discretamente ou pelo menos uma chamada a mais ou até que ele vá em parceiros que mistura um pouco ele que pagou tudo com uma empresa que dá o apoio da exposição. A gente está colocando no ar agora, em dezembro provavelmente, uma proposta intermediária, tivemos a assessoria de um professor da ECA. A gente está tentando colocar o site do museu no século XX, mas nós já estamos no XXI. Para um novo projeto de patrocínio não queremos mais dois milhões. Queremos uma manutenção, por dez anos ou por um período, que seja, uma quantia mensal, para que a gente invista em coisas que ao meu ver faltaram. Primeiro: formação do próprio pessoal que vai continuar trabalhando porque nós pagamos pessoas que aprenderam a mexer

e que não estão mais aqui com a gente porque não eram vinculadas ao museu. O projeto não era dentro de um setor então imagina.

O projeto do MAC Virtual não estava integrado?

Não estava integrado. A formatação dos equipamentos e a formação do pessoal deve ficar com o museu por conta de tudo que queremos para essa reforma estrutural para entrar no século XXI. A palavra chave deixa de ser conteúdo e passa a ser interatividade. Que é aí que entram essas novas maneiras de conversar além do e-mail. Entra a interatividade a partir do que a gente está propondo no site do museu. Posso te mostrar um pouco agora. A gente queria duas ferramentas para comunicação que é o Orkut do MAC e o blog do museu. Mas a gente ainda está meio na expectativa se deve fazer isso antes ou depois.

Em linhas gerais como funcionaria esse Orkut e esse blog?

Orkut é porque existe uma comunidade do museu. Se a gente vai falar de interatividade, a gente tem que falar onde as pessoas estão. Então, se a gente for gerenciar uma comunidade oficial, embora eu não goste muito desse nome "oficial", mas é só para dizer que nós mesmos aqui estamos fazendo diariamente. Seria uma forma de colocar notícias do museu e de receber comentários.

O objetivo é abrir espaço para o visitante?

Exatamente e mais uma coisa. O Orkut eu penso que é mais uma coisa de divulgar o que está no museu e comentários sobre aquilo. Você foi na exposição tal e aí o que você achou? Concorde, outro discorda, outra concorda. O blog vai na mesma linha, talvez seja uma coisa mais dinâmica de fazer. Por exemplo, saiu hoje um artigo na *Folha de S. Paulo* e o cara fala que isso aí não é arte, que é um absurdo, que o mercado, que não tem nada disso. A exposição em cartaz no MAC é essa aqui. Vamos ver? O que vocês acharam? Tem uma palestra no MAC amanhã. Vamos ver, a palestra falou disso, tem um resuminho aqui. O que você acha das idéias desse cara? Entendeu? Então, na verdade, usar essas duas ferramentas que pouco se parecem, mas acho que o blog tem uma cara mais completa porque ele tem um dinamismo maior talvez. E o orkut é mais aberto. Na verdade, o blog a gente pode fazer as pessoas se inscreverem para participar. A idéia, na verdade, é a participação. Se tem um site de relacionamento chamado Orkut, que todo mundo está lá, vamos estar lá também. Nós vamos estar ao lado, por isso que eu não uso a palavra oficial. Não tem essa coisa de oficializar.

Tem esse interesse de dar espaço para as pessoas participarem, falem o que quiserem. E no blog a gente pode conduzir um pouco mais. É dar espaço para as pessoas participarem. Isso na verdade não faz sentido fazer agora, mas talvez tenha sentido com o que a gente vai colocar no ar. Faz todo o sentido no projeto final do site pois os comentários estarão na própria página. Então o cidadão entra na página de uma determinada obra e deixa o comentário dele e vai poder ver o comentário de outros. Então tudo que a pessoa tiver para dizer sobre o seu site ou sobre o museu e qualquer outra coisa é visível a todos os outros. Isso sim é uma intervenção.

Como é que os professores poderiam participar?

Paralelamente, venho tentando fazer uma revista eletrônica. Quando a Lisbeth me chama para fazer o site não vejo mais sentido na revista eletrônica diferente do site. Dentro dessa nova estrutura há uma parte que a gente está chamando por enquanto de Pensamento Contemporâneo com espaço para artigos, resenhas, discussões mais críticas, acadêmicas ou não. Quero que você vá até o MAC e veja a exposição que eles estão fazendo e publique o seu artigo no site do MAC. Um professor pode falar sobre o MAC ou sobre outro assunto relacionado à arte. Pessoas de fora querem falar sobre o MAC, serão bem-vindos. Um pesquisador, um crítico, um estudante também pode fazer o mesmo. A idéia é criar um conselho editorial para essa parte do site. O que você vai escrever para a gente temos que saber avaliar se é um artigo ou um post. Faria parte do conselho editorial todos os docentes do museu e algumas pessoas que a professora Lisbeth pensa em convidar. A idéia é que essa parte do site seja embrionária para a publicação de uma revista impressa. A experiência de trabalhar com o conselho editorial e com a web nos permitiria fazer também o impresso.

E hoje como a diretoria, no caso a professora Lisbeth, tem interferido no trabalho de vocês, aprovado, reprovado, dado alguma linha, uma orientação?

Ela tem aprovado essa linha que a gente tem apresentado para ela. Agora ela sabe também que a gente tem as limitações de ordem orçamentária. E uma coisa que eu disse para ela, que ela concordou, é que em primeiro lugar a gente tiraria o site de um limbo para colocar dentro de um setor do museu. Então o site do museu está dentro do setor de comunicação do museu. Depois ela concordou que a gente não ia ficar remendando o site aos poucos. Vamos acabar fazendo um remendão bem estruturado. Vou te mostrar aqui (no sistema de

gerenciamento) que a gente tem que mentir para algumas coisas funcionarem. Essa é que é a verdade. Quando você clica em exposição, ele mostra o mês em que teve a última exposição inaugurada. Então se você inaugura uma exposição em outubro e inaugurou três exposições em setembro, todas estão em cartaz hoje. Mas você só vê a que inaugurou em outubro. Então eu tenho que mentir, tenho que dizer que todas inauguraram em outubro para que todas apareçam no sistema. Mentindo no sistema eu estou mentindo para todos os usuários. Aí vão perguntar: quando é que começou essa exposição? E se você clicar está lá primeiro de outubro, porém foi setembro. E eu não tenho como fazer diferente. E essa é uma necessidade do museu. Outra coisa importantíssima que é a página para busca. Um sistema de busca para o site é uma das reivindicações principais. Hoje se você entra em exposições, por exemplo, só vê a que está em cartaz e a que inaugurou. Mas houve uma exposição com uma obra de fulano no ano passado. Está no ano de 2006. Você clica e aí tem o nome dos meses que inaugurou alguma exposição. Você tem que entrar em cada mês e ver se a exposição era uma daquelas. Mesmo que você desconfie que é alguma delas, você está procurando a exposição com uma obra do cara. De repente, a exposição não tinha o nome dele, não era o nome dele. Quando você vai na busca e quer achar uma obra do Kandinski não acha porque só se refere às idéias principais. Então você acha Kandinski, que eu devo ter escrito, no texto curtinho que eu escrevo sobre a exposição. Mesmo que depois entre um texto desse tamanho com vinte vezes o nome do Kandinski, você não acha. Então são essas coisinhas que na hora as pessoas não pensaram. Eram pessoas que estavam chegando agora no museu. Essa parte foi orientada pela professora Elza que não era do museu, pela professora Gisele que não era do Museu, por uma funcionária que havia acabado de chegar no museu, pelo grupo que foi contratado de fora do museu. Foi uma questão de não dialogar. Por outro lado, claro, trouxe um monte de coisas legais que nos permite não começar do zero, como a digitalização do acervo, por exemplo.

Existe a digitalização de todo o acervo?

Não. Esse é um problema porque foi uma escolha e a gente pensa diferente. A gente não tem como fazer ainda. Todo o banco de dados do museu está aqui nessa sala ao lado. É só clicar em arte e estão todas as obras do museu. São 10.000 obras. A equipe que cuidou do MAC Virtual escolheu só colocar acessível na internet as obras digitalizadas por eles, que tivessem um texto biográfico do artista e um texto crítico

sobre a obra acompanhando. Isso além de dar um trabalho enorme durante esse tempo, conseguiu, das 10.000 obras, colocar no ar 240. Então quem procura no site não acha 9.800 obras do museu; acha 240. O que é que a gente acha: nem que fosse só para publicar o nome da obra devia estar no site. Mas esse é um problema que não é desse pessoal que trabalhou e continua aqui no museu, é amigo da gente. O problema é que a cada quatro anos você não sabe o que vai acontecer. O diretor de museu tem quatro anos para desenvolver o projeto dele. Ele não tem muito mais tempo que isso. A Lisbeth quer fazer o melhor. Todo mundo quer fazer o melhor, mas as prioridades são diferentes, os jeitos de fazer são diferentes. Você chega ao museu e precisa de um ano para ver o que aconteceu, para fazer um diagnóstico. Claro que a gente está se preocupando mais em colocar para você quais são os pontos negativos para justificar essa questão de ter que ir atrás e mudar.

A proposta para um financiamento é para ter um site novo, um MAC Virtual novo ou é para fazer um ajuste?

Não, não, não é um ajuste. A idéia na verdade é que uma pessoa possa fazer um diagnóstico mais apurado dessa estrutura e ver o que é melhor fazer. Pelo que já foi analisado a proposta é derrubar. A Lisbeth pediu para acabar com essa história de dois endereços mac.usp.br e macvirtual.usp.br. Em exposições, para te mostrar como era o site anterior, quando você clicava tinha uma barra lateral aqui do lado que era fixa e agora não tem mais, porque essas páginas são páginas que não estão mais funcionando. Mas a idéia é que ao clicar em exposições você tinha aquelas exposições que estavam em andamento naquele momento desde 1995. Como eles começaram o projeto MAC Virtual refazendo da primeira à última, nós ficamos um tempão fazendo as duas coisas. Quando estava ocorrendo uma exposição em 2004, o pessoal estava montando as exposições de 98. Eu continuei abastecendo mesmo que isso já estivesse lá. Vou colocar aqui e depois você vai ver que eles fizeram a mesma estrutura. Essa é a primeira exposição, de 1995.

Foi a primeira digitalização do MAC na internet?

A primeira exposição do site na internet feita pelo Teodoro Mendes Neto, do Núcleo de Informática do MAC USP. Essa Bárbara (Barbara Vasconcellos de Paiva Oliveira) depois virou funcionária do museu, virou nossa webdesigner. Essa exposição tinha a curadoria das professoras Daisy (Daisy V.M. Peccinini de Alvarado), Lisbeth (Lisbeth Rebollo Gonçalves) e mais uma professora que eu não vou lembrar o nome. Está aqui: Lisbeth

Rebollo Gonçalves, Daisy V.M. Peccinini de Alvarado, Elvira Vernaschi, Elza M. Ajzenberg e Marta Rossetti Batista. Tem esse texto e um link para a página de cada artista.

São apresentadas todas as obras ou apenas algumas?

Mostra três obras e acabou. Tem três textos da Daisy, tem um fundo aqui com o logo do MAC. Então essa é a primeira exposição. Essa mesma exposição a gente clica aqui no MAC Virtual, vai em 95 e está aqui a exposição. Mas aqui nem link tem. Só fizeram essa informação com a capa do catálogo.

Mas nem link para os textos da exposição no formato antigo?

Nem link para o velho. Coisa que a gente quer fazer agora com um link. Eles não fizeram. Aqui tem uma exposição, para dar exemplo daquela coisa de que cada exposição era uma coisa diferente. Dentro de arquivo fui para 2001 e Bienal 50 anos. Essa fui eu. Está aqui: elaboração smiranda, que sou eu. É uma exposição com obra do MAC lá na Fundação Bienal, essa capa do catálogo, verde, esse verde, esse azul, era o símbolo da Bienal, e aí tem um texto sobre o núcleo histórico.

Estou notando que vocês tentavam respeitar um pouco a exposição, com as cores. É isso?

Exatamente. Mesmo eu fazendo. Quando a webdesigner faz, a gente vai ver que a coisa melhora um pouco. Em 2002 tem algo da Paula (Paula Braga). Essa é uma exposição feita pela Paula, deixa de ser html só e tem uma composição mais elaborada.

A Paula era?

Era a webdesigner que trabalhava com a idéia que iria para o MAC Virtual. Tem algumas coisas já da Paula em 2002 e, quando a Elza chega, é a Paula que está fazendo, cada exposição tem sua linguagem, o tipo de letra, tem uma pesquisa. É que ela era formada também em História da Arte ou coisa parecida. Então tem uma pesquisa para falar sobre cada artista. Aqui tem um site sobre a semana de 22. Até hoje, para todas as pessoas que pedem informações sobre a semana de 22, eu dou esse link. Então você vê que tem uma identidade, mas o museu sumiu.

Fica a exposição, mas não tem nada que permanece ao longo das exposições. É isso?

É, tem textos aqui, você vê que cada um é diferente do outro. Mas toda a vez que sai um webdesigner, volta o Sérgio com o velho jeito de fazer. O jeito FrontPage de fazer. O velho jeito FrontPage de fazer. Os textos são da Elza. Quando vem o projeto MAC Virtual, ele passa a refazer

todas as exposições desde 95. A busca só vê as palavras que estão no resumo, mas não acha o que está no texto mesmo. Talvez o Google ache.

Quais outros problemas encontrou?

Há uma estrutura diferente para cada lugar. Aqui em curso agora, ele me dá a mesma coisa. O curso aqui vale pela data. A inscrição do curso começou por exemplo em outubro mas não aparece. Quando a inscrição ainda está aberta, mas ele não vai aparecer em novembro. Outra reclamação muito grande dos professores é que não mostra os cursos que estão acontecendo. O museu dá algumas disciplinas optativas e não aparece. Onde é que elas estão no site? Em nenhum lugar. E aí quando o curso se junta com evento, confunde. A pessoa acha que é curso, mas para nós é evento. Isso é uma coisa de nomenclatura que você vai ver que a gente propõe que seja uma coisa só. Quando você chega em eventos, não tem arquivos para eventos, como você pode ver. Outra coisa é que você não apaga. Então eu tenho ocultado os cursos. Outra coisa é a estrutura fechada, a foto sempre vai centralizar de cima para baixo do lado esquerdo. Não dá para colocar duas fotos, mas somente se fizer uma imagem com duas fotos. Outro problema é a música que não tem como desligar. Dou off mas quando chego em outra página volta a tocar. O MAC Virtual tem três partes. O museu universitário, com as informações sobre o museu, basicamente. As informações sobre o museu, sobre as atividades do museu, para divulgar as coisas do museu.

Visita virtual abre uma janelinha. Pegaram as coisas possíveis de fazer tecnologicamente e fizeram mas o museu não está mais assim. As obras que estão colocadas aqui não estão mais aí. O museu não está mais desse jeito. Não há uma referência de data ou de momento. É uma visita virtual do jeito que estava no dia em que fizeram a filmagem. No mínimo tinha que ter uma informação. Precisaria poder mudar isso. Vamos ter visita de 360 graus? Vamos! Qual é o programa? Vamos comprar o programa para o museu agora. Quem vai ser treinado? A nova exposição tem que refletir a que está cartaz. Temos aqui outra área bem complicada. Marketing é uma coisa que não existe. Teria que organizar os projetos do site, classificar, categorizar. Esse projeto vai fazer 20 anos. Tem um textinho de dez linhas sobre ele e mais nada. Porque uma das coisas que caberia a essa equipe do site estando alocada com a equipe de comunicação seria produzir o conteúdo. Receber as informações e colocar no ar. A gente acha que não é só isso. Esse projeto merece um desdobramento. Agora não posso esperar que professor faça isso, produzir

a imagem, texto etc. Quem tem capacidade de fazer? Nós mesmos.

Fizeram o “Paris anos 20” novamente para não ter conteúdo. Porque você tem mais conteúdo no que foi feito lá em 95 do que o novo. Então era mais fácil colocar um link. Quando entro em projetos automaticamente saio do museu universitário e entro no museu experimental. Então se considera que os projetos são experimentos. Aqui tem uma das coisas que não servem para nada como, por exemplo, curadoria virtual 3D. Você consegue pegar algumas obras e selecionar como uma espécie de favoritos. É mais lúdico do que experimental. Não serviu para nada porque a curadoria virtual no original era para propor uma exposição para o museu. Põe as obras, faz o que é preciso, como é que ficaria, o que você acha, envia para nós e para os amigos. Monta a sua exposição, convida o público para ir ver. O público vai ver e comentar sobre a exposição que você montou. Por que

você colocou a Tarsila do Amaral ao lado dessa escultura? Não tem relação. Essa é a idéia de uma curadoria virtual. Não é só para brincar de colocar quadro na parede. Tanto é que não funcionou. Não tem ninguém cadastrado.

Agora quando a gente vai para o museu lúdico é que a coisa piora completamente. Aqui a gente pode brincar de colorir o Cavalo. A utilidade didática disso é próxima do negativo. Chama “cor da obra” ainda.

Seria mais uma preocupação técnica de agregar o museu do que uma preocupação estética de usar a tecnologia?

É. Veja, escolha uma obra e veja uma réplica virtual em 3D. Olha o que está escrito. Eu nem tinha visto. Escolha a obra ao lado e veja a réplica em 3D para ver de todos os lados. É um belo texto! Eu vou querer ver todos os lados, ver por baixo. Pronto, a obra faz isso aqui. Nem é por todos os lados.

ANEXO 3

Equipe do MAC Virtual

Coordenação:	Profa. Dra. Elza Ajzenberg
Equipe de Conteúdo (MAC USP):	Profa.Dra.Daisy Peccinini Profa.Dra. Cristina Freire Profa.Dra. Helouise Costa
Pesquisa e textos :	Amanda Tojal Carmen Aranha Cristina Freire Daisy Peccinini Elza Ajzenberg Gabriela Suzana Wilder Helouise Costa Maria Ângela Serri Francoio Renata Sant` Anna
Documentação:	Cristina Cabral Neuza Narimatsu
Fotógrafo:	Sérgio Guerini Rômulo Fialdini
Assessoria:	Alecsandra Matias de Oliveira Ana Maria Farinha Kabengele Munanga Paulo Roberto Barbosa do Amaral Francisco Hermógenes Sonnewend
Apoio:	Núcleo de Informática MAC USP (Teodoro Mendes Neto e Roseli Guimarães de França)
Estagiários:	André Kobayashi (População do Banco de Dados e Suporte Técnico) Beatriz Martins Gomes da Silva (Revisora e Tradutora) Eliany Cristina Ortiz Funari (Revisora e Tradutora) Fernando Pereira Lima (População do Banco de Dados e Suporte Técnico) Juliana Miyasaka (Prestação de serviço de marketing, divulgação e designer)
Antigos Estagiários:	Juliana Lima (Revisora e Tradutora) Laura Ghellere Guimarães (População do Banco de Dados) Thiago Landim Sobreira (População do Banco de Dados e Suporte Técnico) Valeuska de Vassimon (Jornalista)

EQUIPE DE CRIAÇÃO/DESIGN (FULLTECNO)

Coordenação:	Rafael Payão (Planejamento) Rodrigo Junco (criação); Rodrigo Gelmi (Arte) Pedro Pereira (Interface)
Equipe de Tecnologia:	Escola Politécnica (EP-USP)
Coordenação:	Prof. Dr. Moacyr Martucci Jr.

EQUIPE DE BANCO DE DADOS

Coordenação:	Prof. Dr. Jorge Rady
--------------	----------------------

Integrantes: Rodrigo Filev Maia
Dante Tantalean

EQUIPE DE INTERFACE GRÁFICA

Coordenação: Prof. Dr. Romero Tori

Integrantes: Jeferson de Souza Dias e Ricardo Nakamura

EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO

Coordenação: Profa. Dra. Regina Melo Silveira

Integrantes: Christiane Meiler Baptista
Daniel Pires; Raoni Kulesza
Sérgio Rodrigo Almeida
André Terreri
Luiz Fernando Biase
Denis Deratani Mauá

Fonte:

<http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/sobre/sobre/creditos.asp> (acesso em 30/12/2007)

ANEXO 4

Visitas do MAC USP 2006

1. Grupos Atendidos pela Divisão Técnico-Científica de Educação e Arte (visitas acompanhadas por monitoria)

MAC Cidade Universitária

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	TOT
0	318	813	962	920	514	78	959	748	728	6.040

MAC Ibirapuera

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	TOT
934	32	49	147	236	247	0	0	0	13	1.658

Casa da Dona Yayá (atividade em parceria com outra instituição)

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	TOT
0	0	0	0	0	0	0	0	227	129	356

Total de público atendido - 8.054 visitantes

2. Público espontâneo

MAC Cidade Universitária

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOT
1752	4.512	7.528	8.812	7.400	4.708	6.832	6.250	4.056	6.208	4.130	1.550	63.438

MAC Anexo

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOT
0	0	0	0	0	0	300	710	360	410	250	109	2.139

MAC Ibirapuera

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOT
12.580	9.168	6.428	9.104	12.080	4.036	0	0	0	11.100	13.10	5.310	82.976

Total de público espontâneo - 148.553

Total (espontâneo + agendado) - 156.607

Fonte:

Equipe Técnica de Imprensa e Divulgação do MAC USP, fornecido por e-mail, em 20/12/2007,
por Sérgio Miranda, jornalista e profissional integrante.