

A Imagem no(s) Tempo(s): um novo olhar sobre a arte na era digital

The Image in Time(s) a new look at art in the digital age

Daniela Queiroz Campos¹
Isadora Gentil²

DOI 10.26512/museologia.v13i26.54097

282

MUSEOLOGIA & INTERDISCIPLINARIDADE Vol. 13, nº 26, Jul./Dez. 2024

Resumo

O objetivo principal deste artigo é analisar e problematizar a publicidade e a divulgação de acervos museológicos e exposições de arte na internet e em suas redes sociais. Primeiramente, discute-se a relação entre arte, museus e internet, mostrando como os *smartphones* conectados às redes online modificaram a relação entre os visitantes dos museus. Posteriormente, a interatividade no campo das artes através de ferramentas eletrônicas foi apresentada de forma mais aprofundada, demonstrando como o *Instagram* tem recebido o título de ponto de encontro privilegiado no mundo das artes. Para além de veículo de informação, tornou-se um ambiente de identidade, consolidando-se, sobretudo durante a pandemia da COVID-19. Nesse contexto de isolamento social e efervescência das redes, foi criada a página no *Instagram* "A IMAGEM no(s) Tempo(s)", um projeto vinculado à Secretaria de Cultura, Arte e Esporte da Universidade Federal de Santa Catarina (SeCARTE - UFSC), que tem como objetivo tornar a história da arte mais acessível, além de fornecer informações sobre exposições de arte ao redor do mundo.

Palavras-chave

Instagram; arte; redes sociais, História da Arte; cultura; exposições; digital.

Abstract

The main objective of this article is to analyze and problematize the publicity and dissemination of museum collections and art exhibitions on the Internet and its social networks. Firstly, the relationship between art, museums, and the internet is discussed, showing how smartphones connected to online networks have changed the relationship between museum visitors. Subsequently, interactivity in the field of the arts through electronic tools was presented in greater depth, demonstrating how Instagram has been given the title of a privileged meeting place in the world of the arts. In addition to being a vehicle for information, it has become an environment of identity, consolidating itself, especially during the COVID-19 pandemic. In this context of social isolation and the effervescence of networks, the Instagram page "A IMAGEM no(s) Tempo(s)" was created, a project linked to the Department of Culture, Art and Sport at the Federal University of Santa Catarina (SeCARTE - UFSC), which aims to make art history more accessible, as well as providing information about art exhibitions around the world.

Keywords

Instagram; art; social networks; Art History, culture; exhibitions; digital.

¹ Professora de História da Arte do Departamento de História da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) atuando na Graduação em Museologia, na Graduação em História e no Programa de Pós-graduação em História Global. Pós-Doutorado pelo Centre d'histoire et de théorie des arts (CEHTA) da École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) de Paris com bolsa consentida pelo CNPq.

² Graduada em História pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) tendo colaborado como bolsista do Projeto Imagem no(s) Tempo(s) por 3 anos.

Do início – a imagem, os museus e a internet

Tornou-se corriqueiro pronunciar que estamos na “era das imagens”. Sobre a afirmativa, um historiador da arte rapidamente responderia que muitas outras épocas poderiam ter reivindicado tal título (Bredenkamp, 2015, p. 7), contudo, o que mais sobressai da relação com a imagem em nossa sociedade é a rapidez e a fluidez, tanto de produção, como de difusão das mesmas (Gunthert, 2015, p. 12), ademais “hoje, os meios de comunicação antigos e modernos combinam-se e influenciam-se produtiva e reciprocamente de forma antes inimaginável” (Bredenkamp, 2015, p. 7). André Gunthert (2015) considera um verdadeiro presente para um historiador da arte viver no século XXI. Um aparelho celular contendo uma câmera fotográfica e estando conectado à internet – o afamado *smartphone* – modificou sobremaneira nossa relação com as imagens. Tanto que transformou nossas experiências ao visitar as antigas instituições das imagens de arte: os museus.

O museu moderno se estabelece no século XVII. Foi naquele século que algumas coleções privadas começam a ganhar formato de museus públicos. Dominique Poulot (2013) assinala a importância da Revolução Francesa ao estender o direito de entrada no museu ao cidadão, anteriormente restritos a nobreza, clero e artistas. O espaço que recebeu o caráter de primeiro museu público foi criado em 1793 pelo governo francês e a instituição do *Musée du Louvre* (Silveira, 2021, p. 17). A primeira exposição contou com cerca de 537 obras, a maioria confiscada da realeza e da Igreja Católica Apostólica Romana. O pensador do impensável, George Bataille (1986), foi provocativo ao afirmar que a origem do museu moderno estava ligada ao desenvolvimento da guilhotina, sendo que a fundação do *Musée du Louvre* está interligada, de forma ampla, à política e expressão de poder. Antes de se tornar um museu, este espaço foi um palácio e sede da monarquia francesa, além de sede da Academia Real de Pintura e Escultura (fundada em 1648), com seus conteúdos cuidadosamente controlados e a visitação restrita à elite.

No século XIX, o surgimento da fotografia inaugurou o processo da produção de imagens fotoquímicas, se instalando como um novo divisor na questão da reprodução das mesmas (Maya, 2008, p. 105). Com a criação de diversas técnicas fotográficas, a “aura” que caracterizava uma obra de arte como única se dilui devido a sua facilidade de reprodução e assim, cada vez mais a arte se aproxima de novas camadas da sociedade (Silveira, 2021, p. 19). Como Benjamin (1936) observou, a reprodutibilidade técnica cria uma situação, até então, inteiramente nova no campo da arte, pois a possibilidade de produzir inúmeras cópias do original e de transportá-las para diferentes locais desloca o próprio modo como a arte é compreendida. A cópia pode ser colocada em situações impossíveis para o original (Cavalcanti, 2013, p. 199-200).

Na atualidade, a tendência cada vez mais digital influencia museus de arte no mundo todo. A maior implicação da web se encontra no fato de que o mundo digital está cada vez mais integrado na vida das pessoas, principalmente daqueles mais jovens. Nesse sentido, os museus possuem a oportunidade de acompanhar o fenômeno das redes sociais e se aproximar de um público jovem, prevalecendo um reconhecimento quase consensual da necessidade de integrar os museus nas comunicações contemporâneas (Carvalho; Matos; Pizarro, 2018, p. 1-6).

Das conexões – a internet e a arte

A internet, desde sua gênese, apresentou possibilidades de interatividade. Em 2004, com o desenvolvimento do que se chama Web 2.0, ocorreu uma inovação na tendência tecnológica que reforça os processos de troca de informação e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais. Suas possibilidades foram utilizadas para a criação de grupos de afinidade que criaram espaços de discussões de temas variados, em comunidades ainda mais variadas. A arte integrou este movimento, uma vez que artistas passaram a utilizar estes novos meios como ferramentas de agregação da informação e de contato com o público, explorando um tráfego de usuários nunca antes imaginado: a Web 2.0 responde ao desejo dos artistas de estabelecerem relações mais diretas e imediatas com seus receptores (Bulhões, 2022, p. 76-77). Todavia, a ideia de uma interatividade no campo das artes visuais tem sua origem nas vanguardas dos anos 1960 e 1970, de forma utópica, manifestando um desejoso sentimento de maior interação com o público. Nessa época, no Brasil, as propostas de interação entre arte e público se evidenciam com as experiências de arte em rede, com o uso do fax e do telefone (Bulhões, 2012, p. 49-50).

Em território nacional, no início dos anos 2000, a realidade das redes era gerenciada como a transferência de conteúdos analógicos para ambientes regionais. Nessa época, a ativação de redes sociais estimulou algumas poucas instituições a se integrarem a estes ambientes, fazendo com que, desde então, projetos entre instituições museológicas e grandes empresas de tecnologia ganhassem amplitude mundial. Recentemente pesquisadores da área passaram a compreender que as práticas museológicas participam da compreensão do indivíduo do que venha a ser arte. O mundo da arte elegeu o *Instagram* como uma espécie de “lugar de encontro privilegiado”. Esta ferramenta construiu um lugar comum de comunicação, debate e visibilidade para as artes visuais. Algumas obras e exposições são “inauguradas” pelas redes sociais antes da sua abertura oficial (De Oliveira, 2020).

É um fato generalizado que os indivíduos recorrem cada vez mais aos meios tecnológicos como ferramenta e fonte de informação, e como instrumento de apoio para diversas atividades. De tal feita, torna-se cada vez mais importante que as instituições marquem presença neste âmbito e, com isto, várias têm utilizado esta ferramenta como forma de difundir informação e possibilitar diversos serviços, criando iniciativas que aproximem museus e comunidades com criação de *blogs*, páginas do *Instagram*, canais do *Youtube*, entre muitos outros (Pedro, 2010). Nas últimas décadas, extensões *web* denominadas “museus virtuais” vêm sendo oferecidas pelas instituições museais mais famosas do mundo como estratégias de comunicação variadas dos museus físicos. As visitas virtuais são produzidas a partir de fotos panorâmicas do interior e são ótimos recursos para quem pretende visitar museus com um extenso acervo, todavia, não é tão interessante para quem quer observar uma obra em seus por menores e detalhes. A *Monalisa*, por exemplo, é vista no tamanho de 12 x 14 *pixels*, enquanto a tela de computador dos usuários normalmente tem um tamanho de 1280 x 720 *pixels* (Bahia, 2015, p. 151-153).

Nos últimos anos, se tornou praticamente imprescindível compreender o impacto da pandemia da Covid-19 no âmbito artístico. As medidas obrigatórias de isolamento social acarretaram a paralisação de diversas atividades; dessa forma, foi necessário pensar em uma nova maneira de dar continuidade a esses

programas sem um convívio presencial. Em paralelo, as redes sociais se tornaram os principais recursos de interação. De fato, a resposta para a pandemia foi o distanciamento físico; que embora seja utilizado como sinônimo de distanciamento social, não necessariamente acarreta um distanciamento social, pois o distanciamento físico não exclui necessariamente a conexão social (Zamperetti, 2021, p. 41).

Museus em todo o mundo tiveram que adiar ou cancelar exposições em decorrência da restrição de visitação, bem como de deslocamento e consequente dificuldade para transportar obras, afetando as decisões de empréstimos para exposições temporárias. Algumas iniciativas *online* foram criadas neste período como forma de manter financeiramente algumas instituições, como palestras e cursos virtuais. Os museus se integraram cada vez mais às grandes redes de comunicação, aumentando notoriamente a sua aderência; isto se exemplifica com a significativa quantidade de museus que disponibilizaram visitas virtuais. Com uma rapidez nunca vista antes, estes espaços artísticos utilizaram este cenário para (re)imaginar seu impacto e visão, respondendo às necessidades da sociedade contemporânea, tornando-se relevantes para um público mais abrangente, respondendo com a maior agilidade à rápida mudança mundial (Freitas, 2020, p. 3).

As últimas décadas fomentaram mudanças profundas no cenário artístico e cultural, incluindo o acesso à experimentação. Em um momento em que o deslocamento e as aglomerações se tornaram inviáveis, a internet foi a principal ferramenta para ampliar conexões, produções e permitir a apreciação da arte. Arte e internet foram aproximadas de uma forma nunca vista antes e os gestores culturais perceberam a necessidade de ampliar seus repertórios (Cruz, 2022, p. 58).

Atualmente, ferramentas sociais *online* representam um fator predominante de influência social, passando a exercer um poder direto na vida de seus usuários, sobretudo no público mais jovem (Neto; Tavares, 2019, p. 885 – 903). É interessante o fato de que cada vez mais a arte está sendo mostrada em plataformas digitais, entretanto, estas mídias digitais ainda carecem de pessoas especializadas nos assuntos aqui tratados e entre os próprios museus é crescente a tendência de priorizar pessoas com certa fama à especialistas que muitas vezes não possuem facilidade para transmitir informações em redes sociais. Diante disto, é preciso considerar a história pública como parte primordial na formação do historiador em uma dimensão voltada à difusão de conhecimento histórico dentro de uma lógica de ampliação de audiência, ultrapassando as bibliotecas e *campi* universitários ao ocupar outras frentes. A história pública, se considerada como a possibilidade de atingir o público não especializado com o conhecimento histórico, explorando diversos recursos tecnológicos, não implica no abandono dos procedimentos preocupados com a seriedade e o caráter analítico em uma produção de conhecimento marcada com compromissos éticos e profissionais e não sugere uma oposição ao debate acadêmico, mas justamente uma contribuição que alarga seus horizontes (Ogassawara; Borges, 2019, p. 40-43).

Instagram e Imagem

Ao longo da história, a arte teve seu papel e seu lugar constantemente alterados: transformações que não são apenas sobre produção, mas sobre a

relação entre arte e a sociedade. A arte adquire novas formas de linguagem em uma plataforma digital, alterando o espaço de exibição, reconstruindo-o no virtual e criando novas narrativas. A obra reproduzida e distribuída pelo *Instagram* ganha novas camadas pelo ato de ressignificação que a fotografia adquire dentro da rede social (Carvalho, Bairon, 2020, p. 3 - 11). A popularidade do compartilhamento de imagens no *Instagram* está diretamente relacionada à cultura visual da sociedade e a diferença desta rede social para as demais é a excelência das imagens e a possibilidade que ela oferece para o usuário de controlar a apresentação do conteúdo. É um fenômeno contemporâneo que impulsiona uma cultura de compartilhamento. A própria participação dos visitantes nos museus é alterada, criando um novo modo de se relacionar com as obras de arte dentro do espaço (Marques, 2019, p. 11 - 23). A midianização pode ser compreendida como um processo no qual as mídias digitais se tornaram uma instituição semi-independente da sociedade à qual as outras precisam se adaptar: a mídia tem ditado os comportamentos humanos e se tornado o principal veículo de informação. As interações comunicacionais cotidianas são, na maior parte, mediadas por tecnologia (Porfírio, 2020, p. 2).

Nesse sentido, com as dimensões imaginária e virtual, o museu tem sua existência ampliada. E a arte, por consequência, não pode mais se restringir ao que a definiu por tanto tempo. Se na relação indivíduo e obra há espaço para tantas significações e ressignificações, há ainda mais quando as obras estão expostas numa plataforma que propicia o acesso, a interação, o compartilhamento e a participação. Com pontos de vista fotografados e aglutinados, aleatoriamente ordenados, facilmente acessados e potencialmente ilimitados, se constitui no *Instagram* um museu imaginário, virtual, coletivo (Carvalho, Bairon, 2020, p. 14).

Como já abordado anteriormente, o campo artístico-virtual foi um dos mais afetados com a pandemia da Covid 19. Nesse contexto, o *Instagram* foi um recurso muito utilizado pois sua estrutura permite o uso de diversos recursos como *feed*, *stories*, vídeos IGTV e *reels*; ademais, esta rede social possui elementos interessantes que facilitam a interação com o público, tais como: enquetes, questionários, perguntas (Racioppe, 2021, p. 53-55). O *Instagram* também é uma excelente ferramenta para artistas que, na busca por meios que propaguem seus materiais artísticos, encontram nessa rede um espaço de exposição virtual que facilita a visualização. De modo geral, as redes sociais têm a funcionalidade de aproximar pessoas com um mesmo foco de interesse, o que rompe fronteiras geográficas. Através das redes, o interessado tem um caminho direto de acesso aos artistas (Boccia, 2021, p.3).

Além de um espaço de informação, as redes constituem-se em um ambiente de identidade e representações. A *web* configura uma esfera social onde está presente o sujeito, mesmo que de forma virtual. As imagens são hoje, mais do que nunca, protagonistas na vida do sujeito contemporâneo e, são cada vez mais efêmeras, produzidas em curso, e compartilhadas quase instantaneamente no ciberespaço. No *Instagram*, o cotidiano está em cena, o banal ganha destaque; as imagens podem ser ininterruptamente assistidas e manipuladas; as sequências de imagens podem ser avançadas, retrocedidas e revistas quantas vezes se quiser, mantendo uma livre e quase interminável ressignificação (Terra, 2027, p. 17 - 23). Os *smartphones* estão no centro da mudança social no que diz respeito a fotografia e imagem. A fotografia não é mais utilizada apenas para registro de momentos solenes, mas se tornou um vetor de comunicação tanto na produção

quanto na distribuição de imagens. A fotografia transforma-se em uma imagem fluida e conversacional (Sena, 2018, p. 8). Diante disto, é possível interpretar o nome do projeto, “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, também quanto a sua própria plataforma de manifestação, pois o *Instagram* constitui-se como uma grande ‘galeria imagética’ da contemporaneidade.

A IMAGEM no(s) Tempo(s) uma experiência da imagem na era das redes

Em 2021, foram iniciadas as atividades na página do *Instagram* “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, vinculada a um projeto de extensão homônimo financiado pela Secretaria de Cultura e Arte (SeCArTE) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Seu intuito primordial era analisar imagens em distintos tempos históricos, tendo como gênese o olhar contemporâneo. Sua idealizadora e coordenadora foi a Professora Doutora Daniela Queiroz Campos, tendo como integrantes iniciais as estudantes do curso de História Maria Luiza Batalha e Amanda Paitax. Posteriormente a graduanda Isadora Pereira Salomon Gentil integrou o time responsável pelas postagens, sendo que este mesmo projeto influenciou a temática de seu Trabalho de Conclusão de Curso.

O mencionado projeto foi criado durante o contexto de isolamento social, advindo da pandemia de Covid 19. Com os avanços tecnológicos, cada vez mais indivíduos optam por fazer parte das redes sociais online; todavia, em 2020, houve um crescimento bastante significativo de usuários que pode ser observado como uma consequência da drástica transformação à qual as sociedades foram submetidas. Segundo uma pesquisa feita pelo *Cuponation*³ em 2020, o *Instagram* havia obtido um crescimento no número de usuários de 230% nos últimos dois anos, sendo também o aplicativo líder no número de compras e vendas online. Em virtude da quarentena, as redes sociais se tornaram veículos essenciais na vida das pessoas (Prado, 2021, p. 2).

Nesse contexto de um desejo de maior interatividade com o público, surge a página do *Instagram* A IMAGEM no(s) Tempo(s). Seu objetivo era divulgar exposições de arte que aconteciam em diferentes locais do mundo, ou seja, tanto exposições locais, como nacionais e internacionais. Através das postagens, o intento era tanto apresentar diferentes exposições contemporâneas para um grande público, como integrar nos textos uma análise imagética com base no uso de conceitos e termos alinhados com uma discussão embasada na história e historiografia da arte, atualmente muito em voga. Diante disto, o projeto manteve uma relação direta com diversas galerias e museus da cidade de Florianópolis, bem como com estudantes da Universidade Federal de Santa Catarina que, ao conhecerem uma exposição em alguma cidade do Brasil ou de outros países, forneciam imagens e vídeos que alimentavam o *feed* da página.

Através da conta da rede social, a um grande público foi – e ainda é – apresentado um número bastante significativo de artistas e suas obras. De certa forma, a página consiste em uma verdadeira ponte entre artistas, museus e galerias e o público alcançado. Sua idealização se fundamenta em noções de uma arte mais socializada, que não é restrita apenas a uma elite especializada.

Num primeiro momento, ainda de adaptação a uma realidade de isolamento físico, e ainda pouca atividade nas redes, foram selecionadas exposições

³ Multinacional alemã, fundada em 2012 que funciona como um portal de cupons e descontos em lojas virtuais.

A IMAGEM no(s) Tempo(s):
um novo olhar sobre a arte na era digital

de arte em espaços museais que poderiam ser visitadas de forma virtual, visto que muitas dessas instituições já contavam com consideráveis catálogos *online*, além de alimentarem de forma bastante satisfatória suas demais plataformas virtuais. A seleção era feita mediante alguns fatores como relevância e destaque⁴. Após este primeiro e inicial mapeamento, foi estipulada uma agenda de postagem. Tal agenda é composta por uma ou mais exposições de arte em cartaz no momento da publicação. Sobre ela(s) são escritos três textos publicados semanalmente, além de uma seleção de imagens que alimentam tanto a parte do *feed* quanto dos *stories*. O resultado do projeto somou mais de 2900 seguidores no *Instagram* ao longo de três anos, além de várias pessoas envolvidas que colaboravam enviando imagens e vídeos panorâmicos de exposições de diversos lugares do mundo⁵. Ademais, muitas exposições foram visitadas pela coordenadora e pelas bolsistas do projeto. Quando sediadas na cidade de Florianópolis⁶, possibilitaram uma maior participação nas atividades propostas, tais como abertura de exposições e visitas guiadas.

O alcance do projeto vem atingindo seu objetivo inicial: tornar a história da arte mais acessível. A utilização da internet possibilita uma nova e radical mudança na disseminação da informação cultural, afinal, as redes sociais transformaram-se em fontes preciosas e veículos soberanos na dinâmica cultural da sociedade contemporânea (Mendes, 2015, p. 1). Esta dinâmica foi impulsionada pelas medidas de isolamento social acarretadas pela pandemia da Covid 19 que resultaram na paralisação de diversas atividades artísticas, e durante a qual foi necessária a averiguação de como continuar com esses programas sem uma interação presencial. Em todo mundo foi evidenciado um fenômeno de produção de arte e cultura *online* (Zamperetti, 2021, p. 41).

Com o desenvolvimento exponencial das redes, torna-se difícil discutir arte e espaços expositivos sem falar do *Instagram*, sendo que as instituições estão aderindo cada vez mais a este facilitador de conexões interpessoais. As novas mídias vêm alterando a experiência dentro de museus, pois parte do público que antes poderia se sentir constrangido, agora pode se sentir pertencente a uma comunidade interessada. Um terço das pessoas que visitam espaços artísticos dizem acessar a internet ‘muito’ ou ‘sempre’, enquanto apenas 11% dizem não ter acesso a internet. Segundo o relatório do *Digital Audiences: engagement with arts and culture online*, 53% da população britânica diz ter utilizado a internet com a finalidade de se comprometer com arte e cultura (Marques, 2019, p. 11-15). A arte ainda permanece em seus lugares ‘sagrados’ (museus, palácios), entretanto, a maior parte do público, ao vê-la presencialmente, vê em seus celulares e câmeras digitais uma forma de registrá-las e, em suas redes sociais, um mecanismo para compartilhar experiências (Carvalho, Bairon, 2020, p. 10 - 110).

Como sabido, a exposição que fez adentrar o maior número de visitantes ao Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) foi Tarsila Popular, “realizada entre abril e julho de 2019, com 120 obras, alcançando 402.850 visitantes, superando o recorde do museu com a mostra de Monet, em 1997, que chegou a 401.201 visitantes” (Cypriano, 2022, p.646). Muitas causas podem

4 A partir do ano de 2022, além das exposições temporárias, também começaram a ser apresentados na última semana de cada mês um acervo permanente.

5 A página do *Instagram* A IMAGEM no(s) Tempo(s) já abordou exposições e acervos de museus e galerias da América, África, Ásia e Europa.

6 Algumas instituições abordadas pela página foram o Museu de Arte de Santa Catarina, Fundação Cultural BADESC, Instituto Collaço Paulo, Museu Victor Meirelles, Helena Fretta Galeria de Arte, Museu da Escola Catarinense e Galeria do Mercado Público de Florianópolis.

ser apontadas para o sucesso da referida mostra, como a vinda e a apresentação numa instituição brasileira da tela *Abaporu* (1928) (Pedrosa e Martins, 2019, p.28) – que atualmente compõe o acervo do Museu de Arte Latino Americana (MALBA) de Buenos Aires –, ou a importância que a artista conquistou após a 24ª Bienal de São Paulo, curada por Paulo Herkenhoff (Cypriano, 2022, p.647). No entanto, o sucesso de público nos faz repetir um simples, mas importante jargão: “ninguém gosta daquilo que não conhece”. Sendo assim, estamos de acordo com Fábio Cypriano de que o núcleo histórico Antropofagia e Histórias de Canibalismo da 24ª Bienal, com curadoria de Herkenhoff colaborou muito para a crescente importância que Tarsila do Amaral conquistou nas últimas décadas. Para além dos altos valores pelos quais foram negociadas suas obras, a artista passou a compor as páginas dos livros didáticos e suas obras dadas a conhecer por um público mais alargado. Público, que por sua vez, encantou-se com as obras por inúmeros motivos, mas é fato que principalmente através das escolas as pessoas passaram a conhecer a artista e tomar contato, reconhecer e entender as suas obras e poéticas.

Em paralelo, pode-se pensar na entrevista⁷ concedida pelo jovem escultor Flávio Cerqueira (1983 -), que relata que ainda na infância – no ano de 1989 – diante do edifício da Pinacoteca do Estado de São Paulo perguntou ao seu pai o que seria uma pinacoteca. Em pronta resposta, seu pai respondeu que aquele era um lugar no qual eles não poderiam entrar. Anos depois e após o falecimento paterno, ele visitou o proibitivo constructo justamente na ocasião da exposição em torno da obra de Auguste Rodin (1840-1917) e decide tornar-se escultor. Hoje, tal qual Rodin, Flávio Cerqueira trabalha com bronze, e uma de suas obras – *Antes que eu me esqueça* (2013) – compõe o destacado acervo da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Se o sucesso de público da exposição “Tarsila Popular” nos indica que as pessoas tendem a gostar e a ter interesse por aquilo que conhecem, o relato de Flávio Cerqueira nos aponta como o largo público, principalmente aquele formado pelas classes sociais menos abastadas, pouco frequenta museus e lugares expositivos também em virtude de não se sentirem inseridos neles. Segundo os recentes dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), 82% dos visitantes dos museus em nosso país pertencem as classes A e B. André Szántó (2022) é enfático ao escrever que no século XXI os museus refletem e ensaiam transformações para se tornarem lugares mais plurais, inclusivos e atentos às diversidades dos tempos de agora. “A mensagem-chave destes diálogos é que uma nova era começou nos museus – isto porque uma nova era começou no mundo” (Szántó, 2022, p. 10).

O historiador da arte alemão Hans Belting, no ano de 1984, redigiu a primeira versão de seu livro *O fim da história da arte?*. No conhecido texto, ele sublinha que a arte moderna e a arte contemporânea oferecem substâncias, cujas assimilações implicaram mudanças significativas na disciplina. Uma história da arte que discute seu tema como apresentação única do acontecimento histórico vai sendo substituída por “uma possibilidade de escolhas entre várias “histórias da arte”, as quais se aproximam da mesma matéria por diferentes lados” (Belting, 2012, p. 203). Se a arte moderna e a arte contemporânea puseram um ponto de interrogação numa história da arte com suas tradições arraigadas ao século XVI, elas também o fizeram com os seus lugares de exposição. “Nes-

7 Entrevista consentida por Flávio Cerqueira e dirigida por Helena Bagnoli no ano de 2020/2021 e vinculada ao SESCTV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fphmGMkpPQA>

A IMAGEM no(s) Tempo(s):
um novo olhar sobre a arte na era digital

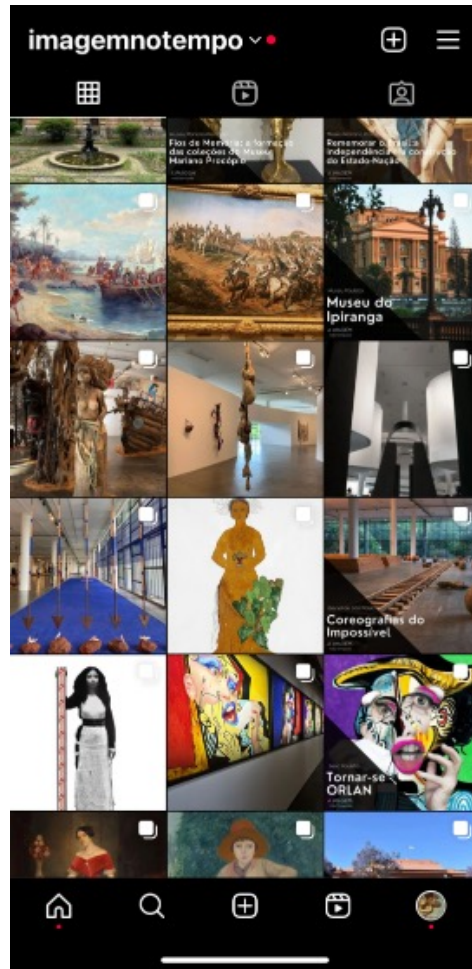
se novo capítulo, não só a instituição de arte, a sociedade e a vida das pessoas como a própria história do museu se tornará mais caleidoscópica – seu caráter heterogêneo será descartado e ele se fragmentará em uma infinidade de versões possíveis” (Szántó, 2022, p. 25).

Contudo se tais mudanças não datam de mais de um par de anos, um público não especializado não necessariamente está a par de tais discussões. E, muitas vezes, eles experimentam a abertura caleidoscópica da arte e de sua história através das exposições de arte. De tal feita, incentivar e publicar amplamente seus conteúdos se faz urgente para que as teorias e problemáticas discutidas por teóricos transpassem as barreiras das universidades e museus. O projeto IMAGEM no(s) Tempo(s) tem assim esse como seu principal desígnio. Mostrar ao público o que é e como tem sido exposta a arte nos tempos de agora, com o objetivo de mostrar para pessoas não especializadas que o mundo das artes também é o mundo delas o museu é sim um local em que elas podem entrar.

Torna-se notável as grandes dificuldades do largo público para se relacionar com a arte de nosso tempo. Se a arte contemporânea de certa feita é mais próxima através das redes sociais e sites dos artistas, por vezes não compreende-la faz as pessoas se afastarem dela (Bulhões, 2019, p. 16). De tal feita, no desenvolver as postagens de imagem e texto, o projeto IMAGEM no(s) Tempos atenta para a apresentação da arte produzida na contemporaneidade a partir de uma linguagem simples e convidativa. No ano de 2021, foram dedicadas duas semanas de postagens à 34ª Bienal de São Paulo, “Faz escuro mas eu canto”. Em 2022, a Bienal do Mercosul “Trauma sonho e fuga” e a Bienal de Veneza “O leite dos sonhos” tiveram lugar de destaque tanto nas publicações dos feeds, quanto nos stories.

No último ano, a 35ª Bienal de São Paulo, “Coreografias do Impossível”, também foi apresentada aos seguidores do *Instagram*. Foram selecionadas tanto obras de renomados artistas brasileiros, como Rosana Paulino (1967-) e Rubens Valentim (1911-1991), como de jovens artistas promissores, como Luana Vitra (1995-). A partir da visita à exposição, do catálogo e do material educativo, foi apresentada a problemática dessas coreografias impossíveis propostas pelos cinco curadores da amostra e, assim, “ajudar a elucidar ao público o modo como os percursos desafiam, na prática, as relações como tempo e o espaço” (Lima, Kilomba, Meneses, Borja-Villel, 2023, p. 9). Como podemos ver na imagem a seguir (figura 1), foram dedicadas duas semanas de postagens de “Coreografia do Impossível” e no feed são destacadas as obras de Kidlat Tahimik, Sônia Gomes e Tokwase Dyson.

Figura 1 - Postagem da página do Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, 35ª Bienal de São Paulo Coreografias do Impossível.

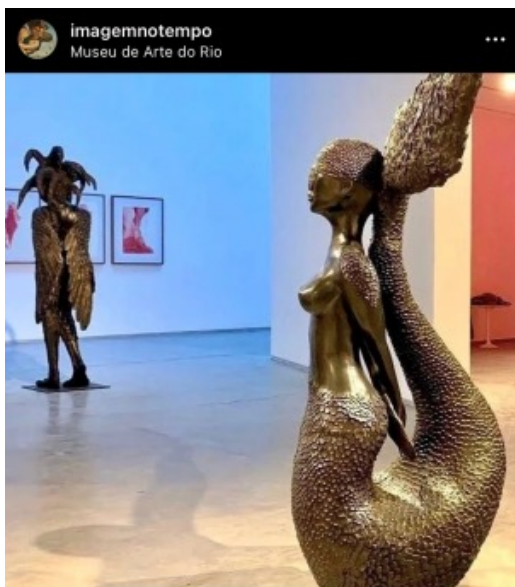


Fonte: Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”

Outro exemplo é a exposição *Um defeito da cor*, que esteve em cartaz no Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR) entre 2022 e 2023. A mostra cujo título faz referência e parte do romance homônimo da escritora Ana Maria Gonçalves (1970-) objetivava fazer uma grande revisão histórica da escravidão no Brasil, abordando lutas, sociedades e contextos culturais do século XIX. Os três curadores, Amanda Bonan, Marcelo Campos e Maria Gonçalves apresentaram mais de 400 obras, das quais foram selecionadas algumas, tais como *Mulher peixe* (2021) e *Mulher pássaro* (2021) da artista contemporânea baiana Nádia Taquary (figura 2).

A IMAGEM no(s) Tempo(s):
um novo olhar sobre a arte na era digital

Figura 2 - Postagem da página do Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, Um defeito da cor no Museu de Arte do Rio (MAR), Rio de Janeiro, 2022. Obras Mulher peixe (2021) e Mulher pássaro (2021) de Nádía Taquary.



Fonte: Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”

Figura 3 - Postagem da página do Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, Picasso & Les Femmes d’Alger no Museu Berggruen, Berlim, 2021. Vista da obra Eugène Delacroix. Mulheres de Alger no interior, óleo sobre tela, 1849.



Fonte: Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”

Fonte:

O projeto propõe a abordagem de exposições que aconteçam em indiferentes em contextos: nacionais, globais e locais. De tal feita, muitas mostras internacionais foram trabalhadas, como Picasso & Les femmes d’Alger, que esteve em exibição no Museu Berggruen de Berlim no ano de 2021 (figura 3). O ponto de partida da curadoria da exposição foram as 15 telas pintadas por Pablo Picasso (1881-1973) no ano de 1954 cujo tema eram as mulheres de Argélia.

A data das telas de Picasso coincide com a morte de Henri Matisse (1869-1954), amigo do pintor que anos antes havia esculpido o mesmo tema das conhecidas telas de Eugène Delacroix (1798-1863) *Mulheres de Alger no seu apartamento* (1834) e *Mulheres de Alger no interior* (1849). Além de reunir as 15 obras de Pablo Picasso, na exposição foram exibidas uma das telas de Eugène Delacroix, a escultura de Matisse e obras de artistas contemporâneos, como *Memórias no esquecimento* (2011), de Halida Boughriet (1980-). Na fotografia, a artista franco-argelina nos apresenta outra faceta de uma mulher africana. Numa tomada de cena interior, entre uma transparente cortina e um estampado sofá, uma mulher é horizontalmente apresentada trajando um drapeado vestido longo. Por instantes, a cena nos remete à conhecida *Odalisca* (1814) pintada no oitocentos por Dominique Ingres (1780-1867), todavia, a mulher fotografada por Halida Boughriet não se trata de uma jovem nua, mas de uma idosa vestida.

Figura 4 - Halida Boughriet. *Memórias no esquecimento*. Fotografia, 120 x 180 cm, 2021. Museu Instituto do Mundo Árabe, Paris.



Fonte: <https://www.imarabe.org/fr>

Dentro do contexto local, muitas exposições foram trabalhadas e apresentadas ao público. O intento consiste em dar a ver as mostras que acontecem nos diferentes lugares expositivos da cidade de Florianópolis e com isso encorajar e preparar o público para uma futura visita. Neste contexto mais circunscrito, são abordados dois tipos principais de exposição. A primeira, que aborda artistas de diferentes localizações: por exemplo, a exposição Glauco Rodrigues “entre trânsitos”, no Museu Víctor Meirelles (MVM) em 2022, apresentou um conjunto de obras do artista Glauco Rodrigues (1929-2004). Ou a exposição “Etérea”, em cartaz no Instituto Collaço Paulo (ICP) desde dezembro de 2023. Curada por Francine Goudel, reúne obras produzidas em diferentes tempos – do século XV até o XXI – e lugares. Foram reunidas nas salas do instituto, e por conseguinte apresentadas aos expectadores da página no *Instagram*, gravuras belgas do século XVI – como Adão e Eva (1590) de Theodore de Bry (1528-1598), telas setecentistas da escola cusquenha – como Santa Catarina de

A IMAGEM no(s) Tempo(s):
um novo olhar sobre a arte na era digital

Alexandria (século XVIII) (figura 5), e também obras de artistas de um contexto local – como São João Batista e Cordeiro (fim do século XVIII) de Xavier das Conchas (1739-1814) ou a tela O surgimento das flores antropofágicas no nascimento do Tapuiubá (2020) de Fernando Lindote.

Figura 5 - Pintura cusquenha sem autoria definida. Santa Catarina de Alexandria. Óleo sobre tela, 175 x 105 cm, século XVII. Coleção Collaço Paulo, Florianópolis.



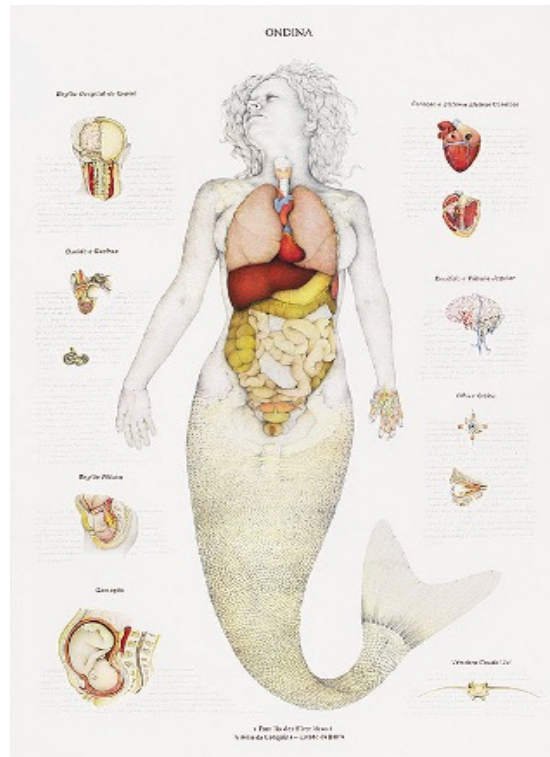
Fonte: <http://institutocollacopaulo.com.br/>

Figura 6 - Postagem da página do Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, De-morar em Sara Ramos. Galeria Helena Fretta, Florianópolis. Obra: Sara Ramos. Peça integrante da Instalação Co-rações, dimensões variáveis, 2023.



Fonte: Instagram “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”

Figura 7 - Walmor Corrêa. Ondina – da série Unheimlich. Acrílico e grafite sobre tela, 195 x 130 cm, 2005. Fundação Badesc, Florianópolis.



<https://www.walmorcorrea.com.br/2005-serie-unheimlich>

O segundo tipo de mostra num contexto local apresentada nas redes sociais tem como principal objetivo apresentar ao público as obras de artistas catarinenses. Como “De-morar” em Sara Ramosque, no ano de 2023 na Galeria de Arte Helena Fretta, reuniu uma série de obras escultóricas da artista catarinense Sara Ramos (1958-) que tiveram o barro como ponto de partida (Cherem, 2013, p. 58). Outro exemplo foi a “Sobre pássaros, sinapses e ervas daninhas” que no ano de 2022 teve lugar no Museu de Arte de Santa Catarina (MASC). Com curadoria de Paulo Miyada, apresentou uma retrospectiva das obras do artista catarinense Walmor Corrêa (1961-). Nas imagens e textos postados foram apresentados ao público obras de diferentes fases da trajetória de Walmor Corrêa, como “Ondina” (2005), conhecida obra da série *Unheimlich* na qual o artista baseia-se em investigações históricas e científicas e constrói mapas anatômicos de seres fantásticos (Beck, p.201), tal qual o de uma sereia (figura 7).

Das formas de operar

O procedimento metodológico é baseado nos preceitos teóricos da montagem e da exposição. Primeiramente são selecionados museus, galerias, instituições culturais, ou seja, locais expositivos de destaque mundial, nacional e regional. Esses espaços expositivos são visitados virtualmente através de seus websites e redes sociais, bem como, assim que possível, pessoalmente. Artistas contemporâneos de relativo destaque, seja por sua inserção no circuito de arte, seja pela temática e a poética de suas obras, do mesmo modo, passam por um processo prévio de triagem. Os catálogos de exposições e das obras dos artistas selecionados, quando praticável, também são consultados e analisados.

Em seguida, o segundo critério de busca no caso das exposições consiste em elencar e pesquisar as exposições de arte relevantes por fatores como: número de visitantes, aclamação da crítica, destaque e relevância atual da temática. E, no caso dos artistas, obras cujas proposições temáticas, teóricas e poéticas apresentem destaque e relevância para o tempo presente.

Após passar por esses dois critérios de crivo, as imagens são analisadas e problematizadas pela coordenadora e pelos bolsistas do projeto. São executadas duas ações principais: expor e montar imagens. Tanto a exposição, quanto a montagem possuem uma historicidade e um vasto referencial teórico.

Expor imagens constitui um fazer e saber bastante antigo. A palavra em língua portuguesa tem origem na palavra latina *exponere*, que significa “por para fora”. Podemos encontrar a palavra *exponere* já atrelada ao sentido genérico de exposição na Antiguidade. Plínio já fizera menção ao mesmo. No entanto, a chamada história das exposições data de 1673, com a Academia Francesa de Belas Artes – na época no *Salon Carré* do Louvre (Castillho, 2008).

Ao longo dos séculos XVIII e XIX, a organização visual de um conjunto de imagens ganha contornos mais próximos dos atuais e se tornam práticas mais frequentes, tanto com as Exposições Universais (Pensavento, 1997), como com os Salões de Arte (Cauquelin, 2005). No final do século XIX, uma ruptura nesse sistema de arte já pode ser sinalizada. Aos poucos, a Arte Moderna estabeleceu uma nova forma de exposição. O modelo expositivo preferencial da Arte Moderna seria o chamado “cubo branco” (O’Dohery, 2007). Nas últimas décadas do século XX, a “caixa preta” parece preencher o “cubo branco” e dar ambiência e cenário às obras, conforme Sônia Castillo (2008).

Com a segunda metade do século XX, para Hans Belting (2012), as chamadas grandes vitrines da Arte Contemporânea, são as exposições efêmeras: como a Documenta e a Bienal de Veneza. Atualmente, as exposições também constituem território de caça de historiadores da arte em dois sentidos. No primeiro, muitos começam a desenvolver problemáticas e a historicidade de exposições. E num segundo sentido, alguns lançam-se como curadores de arte.

Tal qual expor, montar imagens constitui ação deveras antiga. Serguei Eisentein em História Geral do Cinema (Eisentein, 2013, p. 23) exemplifica a montagem de imagens desde a Antiguidade. O cineasta soviético – que pode ser considerado o primeiro teórico da montagem (Somani, 2013) – defende que a junção de dois fragmentos, quando justapostos, não importando se eles são relacionados entre si, concebem uma terceira coisa (Eisentein, 2002, p. 14).

Walter Benjamin, por sua vez, abordou a montagem em várias de suas obras; todavia seu livro *Passagens* merece singular destaque. Para Benjamin, a montagem é reivindicada como método e forma de conhecimento (Didi-Huberman, 2008, p. 174). Uma das principais inquietações apresentadas consiste na discussão acerca da imagem e sua problematização diante do tempo (Benjamin, 2006, p. 504).

O historiador da arte alemão Aby Warburg foi quem produziu uma montagem que se assemelha à proposta do projeto. O *Bilderatlas* consistia em organização visual de seu pensamento: “grandes painéis de tecido preto em que se encontram justapostas reproduções de obras, bem como recorte de jornais, selos, páginas de livros, cartões postais ou fotografias de diversas origens” (Michaud, 2013, p. 293).

Montar imagens, de certa feita, constitui colocar umas ao lado das outras. Para Georges Didi-Huberman, um saber montado é um saber colocar imagem em relação. Se precisamos montar imagens é porque as imagens desmontam. Assim, no projeto da página do *Instagram* “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, tem-se como principal perspectiva teórica a montagem através dos escritos e das teorias acerca da montagem de quatro grandes intelectuais: Sergueï Eisenstein, Walter Benjamin, Aby Warburg e Georges Didi-Huberman. Para tais, a montagem e a desmontagem são de singular relevância na concepção de imagem e tempo.

Considerações sobre uma experiência da imagem

Os *smartphones* são, atualmente, os equipamentos mais utilizados para fazer fotografias e as redes sociais dedicadas a imagens se manifestam como um local de excelência para a circulação das mesmas (Sena, 2018, p. 8). Em um contexto em que os indivíduos cada vez mais recorrem aos meios midiáticos como ferramentas essenciais na comunicação contemporânea, o mundo elegeu o *Instagram* como a mais primorosa rede de fluxo de imagem, fator que foi ainda mais intensificado pela pandemia de Covid19. Por conta do distanciamento físico, cada vez mais pessoas recorreram às mídias, não apenas para comunicação como também como fonte de entretenimento e informação, sendo que os espaços artísticos também observaram nessas ferramentas uma forma de permanência de atividades, visto que muitos museus e demais espaços precisaram fechar suas portas até que houvesse uma liberação oficial. Nessa realidade, surgiu o projeto “A IMAGEM no(s) Tempo(s)”, uma página do *Instagram* dedicado a tornar a história da arte mais acessível, além de divulgar exposições artísticas no mundo todo. A sociedade muda, a forma de enxergar a arte também, e as suas exposições, antes restritas a seus lugares sacros como museus e palácios, agora passam a ser reproduzidas, e ressignificadas, a partir da internet.

O projeto resultou em um público engajado que tanto apreciava o conteúdo apresentado, como disponibilizava imagens de exposições nas mais variadas cidades. Ademais, a divulgação de mostras locais tornou estes espaços mais conhecidos. Essa página poderia assim significar um pequeno avanço para que os espaços artísticos de Florianópolis sejam mais conhecidos, visitados e apreciados,

Referências

- ARASSE, Daniel. *História de Pinturas*. Lisboa: KKYM, 2016.
- BELTING, Hans. *O fim da história da arte*. São Paulo: Cossac Naif, 2012.
- BENJAMIN, Walter. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Editora Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.
- BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de História. In: BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas I*. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010.
- BREDEKAMP, Horst. *O Ato icônico*. Lisboa: KKYM, 2015.
- CASTILLO, Sônia Salcedo del. *Cenário da arquitetura da arte: montagens e espa-*

A IMAGEM no(s) Tempo(s):
um novo olhar sobre a arte na era digital

ços de exposições. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

CASTILLO, Sônia Salcedo del. *Arte de expor. Curadoria como expoesis*. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2014.

BAHIA, ANA BEATRIZ. Museu Virtual (e plural) de arte. *Visualidades*. N. 1. Goiás, 2015, v. 13.

BOCCIA, Emanuela Constância Santos. Arte e Instagram. In: *10th International-Conference on Digital and Interactive Arts*. 2021. p. 1-6.

LIMA, Diane; KILOMBA, Grada, MENESES, Hélio e BORJA-VILLEL, Manuel. 35 *Bienal de São Paulo: coreografias do impossível: catálogo*. São Paulo: Bienal de São Paulo, 2023.

BECK, Ana Lúcia. Walmor Corrêa: Curupira e o olhar reconsiderado. In: MAKOWIECKY, Sandra e CHEREM, Rosângela (org.). *Passado presente em quadros: uma antologia da história da arte catarinense*. Florianópolis: AAESC, 2019.

BULHÕES, Maria Amélia. *Arte Contemporânea no Brasil*. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2019.

BULHÕES, Maria Amélia. *Desafios: arte e Internet no Brasil*. Editora Souk. 2022.

BULHÕES, Maria Amélia. *Web arte e poéticas do território*. Editora Zouk, 2021.

BULHÕES, Maria Amélia. Práticas artísticas em redes sociais virtuais. *Revista USP*. N. 9. São Paulo: Jurandir Renovato, 2012. P. 46-57

BULHÕES, Maria Amélia. Museus d ALCANTARA, Christophe; PEYRE, Nicolas. Instagram, un soutien contrasté à la mondialisation des marques muséales et à la diplomatie d'influence. Les cas du Louvre et du Centre Pompidou. *Les enjeux de l'information et de la communication*, v. 213, n. 51, p. 89-106, 2021 e arte, das práticas coloniais aos desafios da virada digital. *MODOS: Revista de História da Arte*, v. 6, n. 2, p. 179-200, 2022.

CARVALHO, Ana; MATOS Alexandre e MORAIS Manuel Sarmiento Pizarro, «Competências para a transformação digital nos museus: o projecto Mu.Sa», *MIDAS* [Online], 9 | 2018, posto online no dia 25 janeiro 2018, consultado no dia 10 novembro 2023. URL: <http://journals.openedition.org/midas/1463>;

CAUQUELIN, Anne. *Arte Contemporânea – uma introdução*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CARVALHO, Caroline Oliveira de e BAIRON, Sergio. Da tela às telas: a obra de arte na era do Instagram. 2020, *Anais..* Salvador: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/003026431.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2023.

CAVALCANTI, A. H. Arte, Fotografia e Formas de Percepção em Walter Benjamin. *Psicanálise & Barroco em Revista*, [S. l.], v. 11, n. 2, 2019. DOI: 10.9789/1679-9887.2013.v11i2.p. Disponível em: <https://seer.unirio.br/psicanalise-barroco/article/view/8659>. Acesso em: 19 nov. 2023.

CYPRIANO, Fabio. Modernismo em exposição: Tarsila, Portinari em quatro mostras. In: ANDRADE, Gênese (org.). *Modernismos 1922-2022*. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

CHEREM, Rosângela. Arquivos pulsantes de Sara Ramos e suas demoras. In: (org.). *De-morar em Sara Ramos*. Florianópolis, 2023.

CRUZ, Luciano Scuisatto da. Desafios para gestão cultural diante da pandemia do Covid-19. *Revista Espaço Acadêmico*, v. 21, n. 232, p. 56-65, 2022.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Ante el tiempo*. Historia del arte y anacronismo de las imágenes. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora, 2008.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *L'image survivante*. Histoire de l'art et temps des fantômes selon Aby Warburg. Paris: Minuit, 2002.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Que emoção! Que emoção?* Lisboa: Editora: KKYM, 2015.

EISENSTEIN, Serguei. *Notes pour une histoire générale du cinéma*. Paris: afrhc, 2013.

FREITAS, Thatyana Pimentel Rodrigo et al. Museus de ciências em tempos de pandemia: uma análise no instagram do museu da vida. *Revista Práxis*, v. 12, n. 1 sup, 2020.

GUNTHER, André. *L'image partagée*. La photographie numérique. Paris :Textuel, 2015.

LESCOURREL, Marie Anne. *Aby Warburg et la tentation du regard*. Paris: Hazan, 2014.

LEMOS, André; SENA, Catarina de. Mais livre para publicar: efemeridade da imagem nos modos “Galeria” e “Stories” do *Instagram*. *Mídia e Cotidiano*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 6-26, 2018. Quadrimestral. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/10035>. Acesso em: 16 jan. 2024.

MAYA, Eduardo Ewald. Nos passos da história: o surgimento da fotografia na civilização da imagem. *Discursos Fotográficos*, Londrina, v. 4, n. 5, p. 104-129, jul./dez. 2008. Semestral. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/about>. Acesso em: 16 nov. 2023.

MACIEL, J. Atlas mnemosyne e saber visual: atualidade de Aby Warburg diante das imagens, mídias e redes. *Ícone* (Recife, Online). Vol 16. p.191-209, 2018.

MARQUES, Maria Santana. *Exposições de arte e Instagram: da contemplação íntima*

A IMAGEM no(s) Tempo(s):
um novo olhar sobre a arte na era digital

às selfies compartilhadas. 2019. Tese de Doutorado. Curso de Ciências Humanas e Sociais, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2019. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/86432/1/Exposi%C3%A7%C3%B5es%20de%20arte%20e%20Instagram__Mariana%20Marques.pdf. Acesso em: 10 nov. 2023.

MENDES, Fernando Miguel Alvez. A virtualização da arte pelas redes sociais: transfiguração imagética ou duplicidade ideológica? *Braga*, v. 1, p; 1 – 223. 2015.

MICHAUD, Phillippe-Alain. *Aby Warburg e a imagem em movimento*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2013.

Museus e política: O Louvre, Paris (artigo). Khan Academy. Disponível em: <<https://pt.khanacademy.org/humanities/approaches-to-art-history/tools-for-understanding-museums/museums-in-history/a/museums-politics-louvre>>.

NETO, Antonio Pedro da Silva; TAVARES, Kecya Nayane Lucena Brasil. Identidade dos adolescentes e as redes sociais virtuais. *Revista Interdisciplinar Encontro das Ciências -RIEC* | ISSN: 2595-0959|, v. 2, n. 3, p. 883-911, 2019.

OGASSAWARA, Juliana Sayuri; BORGES, Viviane Trindade. O historiador e a mídia: diálogos e disputas na arena da história pública. *Revista Brasileira de História*, v. 39, p. 37-59, 2019.

OLIVEIRA, Emerson Dionísio Gomes de. O museu no Instagram: arte, exposição e a visibilidade de práticas museológicas. *Museologia & Interdisciplinaridade*, Brasília, v. 9, p. 103-131, 09 dez. 2020. Semestral. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/31740>. Acesso em: 10 nov. 2023.

O'DOHERTY, Brian. *No interior do cubo branco*. A ideologia do espaço de arte. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

PEDRO, Alexandra Raquel. Os museus portugueses e a Web 2.0. *Ciência da Informação*, v. 39, p. 92-100, 2010.

PEDROSA, Adriano e MARTINS, Heitor. Tarsila no MASP. In: PEDROSA, Adriano (org.). *Catálogo da exposição Tarsila popular*. São Paulo: MASP, 2019.

POULET, Dominique. *Museu e Museologia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

PRADO, Giliard da Silva. Por uma história digital: o ofício de historiador na era da internet. *Revista Tempo e Argumento*, Florianópolis, v. 13, n. 34, p. e0201, 2021. DOI: 10.5965/2175180313342021e0201. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/tempo/article/view/2175180313342021e0201>. Acesso em: 16 jan. 2024.

PORFÍRIO, Letícia. A Arte Instagramável. *Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais*, [S.l.], v. 1, n. 4, out. 2020. ISSN 2675-4169.

RACIOPPE, Bianca. Reconfiguraciones del arte en pandemia. Instagram como plataforma de exhibición. In: *VII Coloquio Internacional de Filosofía del Conocimiento* 2, 3, 9 y 10 de agosto de 2021 Ensenada, Argentina. Ciencia, arte y tecnología en tiempos de pandemia y en perspectiva futura. Proyecto Prácticas humanas y ambientes tecnológicos: conocimiento, arte, política y subjetividades en la filosofía (H923). Centro de Investigaciones en Filosofía (CleFI). Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La Plata (UNLP), 2021.

SILVEIRA, Giulia Drumond Imazio. *Exposições artísticas: estratégias de instituições museológicas em espaços expositivos contemporâneos*. 2021. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Artes, Cultura e Linguagem, Instituto de Artes e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/12870>. Acesso em: 11 out. 2023.

TERRA, Victor do Vale. *Representação e imagem: o instagram como ferramenta de produção de novos sentidos*. 2017. 91 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Cap. 6. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/6580>. Acesso em: 16 jan. 2024.

WARBURG, Aby. *L'Atlas Mnémosyne*. Paris: l'Écarquillé, 2012.

WARBURG, Aby. Nascimento de Vênus e a Primavera de Sandro Botticelli. In: WARBURG, Aby. *História de fantasmas para gente grande*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2015.

RECHT, Roland. *L'Atlas Mnémosyne d'Aby Warburg*. In WARBURG, Aby. *L'Atlas Mnémosyne*. Paris : l'Écarquillé, 2012.

SETTIS, Salvadore. *Warburg Continuatus*. Descripción de unabiblioteca. Barcelona: Ediciones de La Central, Museu Nacional de Arte Reina Sofia, 2010.

SZÁNTÓ, András. *O futuro do museu: 28 diálogos*. Rio de Janeiro: Cobogó, 2022.

ZAMPERATI, MARISTANI POLIDORE. Artes visuais e ensino remoto: paroxismo nas interações em tempos de pandemia. *Políndromo*. N. 29. Florianópolis: Mara Rúbia Sant'Anna, 2021. V. 13, p. 37 – 53.

Recebido em maio de 2024
Aprovado em novembro de 2024