

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA
E COMUNICAÇÃO

ANNA BELLA BERNARDES

A tendência das exposições imersivas na era das redes sociais

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Especialista em Gestão de Projetos
Culturais

SÃO PAULO
2023

A TENDÊNCIA DAS EXPOSIÇÕES IMERSIVAS NA ERA DAS REDES SOCIAIS

ANNA BELLA BERNARDES¹

RESUMO

O presente artigo aborda duas faces de um fenômeno recente: as exposições imersivas. Em uma época em que as pessoas estão hiperconectadas e querem consumir múltiplas experiências, as chamadas exposições imersivas ganham a cena contemporânea. No Brasil, a maioria das mostras sequer circula por museus ou equipamentos culturais consagrados, ocupando mesmo os *shopping centers*. Em linhas gerais, o uso de projeções como simulacros de obras de arte incorpora o que há de mais recente na tecnologia digital expográfica, motivando a visitação, ao mesmo tempo em que a instituição secular museu enfrenta uma corrida contra o tempo pela transformação digital para não perder públicos. Enquanto as mostras imersivas estão, de certa forma, divulgando a “pseudo” democratização do acesso à arte, as instituições museológicas analisam os cenários para ampliar suas estratégias de inclusão, acessibilidade e divulgação.

Palavras-chave: Exposições imersivas; Museu; Tecnologia digital; Redes Sociais.

¹ Anna Bella Bernardes é aluna do curso de pós-graduação em gestão de projetos culturais no CELACC, ECA-USP (2021-2023), pós-graduada em gestão de comunicação e marketing pela ECA-USP, graduada em jornalismo pela PUC Minas e atua como estrategista de comunicação. E-mail: annabellabernardes@gmail.com.

ABSTRACT

This article addresses two faces of a recent phenomenon: the immersive exhibitions. At a time when people are hyper-connected and want to consume multiple experiences, so-called immersive exhibitions gain the contemporary scene. In Brazil, most exhibitions do not even circulate in museums or established cultural facilities, even occupying shopping centers. In general terms, the use of projections as simulacra of works of art incorporates the latest in digital technology of art exhibition, motivating visitation, at the same time, the secular institution museum faces a race against time for digital transformation to not lose audiences. While immersive exhibitions are, in a way, promoting the “pseudo” democratization of access to art, museological institutions are analyzing scenarios to expand their inclusion and accessibility strategies.

Keywords: Immersive exhibitions; Museum; Digital technology; Social media.

RESEUMEN

Este artículo aborda dos caras de un fenómeno reciente: las exposiciones inmersivas. En una época en la que la gente está hiperconectada y quiere consumir múltiples experiencias, las llamadas exposiciones inmersivas ganan la escena contemporánea. En Brasil, la mayoría de las exposiciones ni siquiera circulan en museos o equipamientos culturales establecidos, incluso ocupando centros comerciales. En términos generales, el uso de proyecciones como simulacros de obras de arte incorpora lo último en tecnología digital expositiva, motivando la visitación, mientras que el museo de institución laica enfrenta una carrera contrarreloj por la transformación digital para no perder audiencias. Mientras las exposiciones inmersivas están, en cierto modo, promoviendo la “pseudo” democratización del acceso al arte, las instituciones museológicas analizan escenarios para ampliar sus estrategias de inclusión y accesibilidad.

Palabras clave: Exposiciones inmersivas; Museo; Tecnología digital; Redes sociales.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à minha mãe Márcia e ao meu pai Sílvio, professores da minha vida, por incentivarem todos os meus sonhos e sempre me mostrarem que a educação abre portas. Agradeço à Profa. Dra. Cláudia Fazzolari pela dedicada orientação e por compartilhar seus conhecimentos comigo com muita paciência e entusiasmo. Agradeço também aos meus professores ao longo do curso pelas preciosas indicações de leitura e referências, aos colegas de turma que contribuíram generosamente com o meu aprendizado e às minhas amigas e amigos pelas constantes palavras de motivação. Por fim, agradeço à toda equipe do CELACC pelo apoio nesses anos de curso.

*"O museu é o mundo, é a experiência cotidiana."
Hélio Oiticica*

INTRODUÇÃO

No dia 24 de agosto de 2022, o *International Council of Museums* (Conselho Internacional de Museus, em tradução para o português) aprovou a Nova Definição de Museu na 26ª Conferência Geral do ICOM, em Praga, capital da República Tcheca. Essa foi a primeira vez que a definição de museu mudou significativamente nos últimos cinquenta anos. O texto trouxe mudanças importantes quanto a noções de sustentabilidade, diversidade, comunidade e inclusão nas instituições museológicas.

Conforme o documento, a definição apresentou novas perspectivas, inaugurando um viés de inserção expandida:

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

Como pode ser observado, destacando a participação das comunidades, percebe-se, cada vez mais, a urgência da transformação de perfis dos museus, especialmente em relação a aspectos como estrutura física, projetos expositivos, coleções e públicos. Pela primeira vez, o ICOM inseriu termos como "inclusão", "acessibilidade", "ética" e "sustentabilidade" em seus documentos oficiais. Para uma gestão de museu que acompanhe as mudanças tecnológicas será necessário adotar novos planejamentos e ações administrativas que modifiquem padrões consolidados. Os museus "precisam abdicar da ideia irritante de que são autoridade em todas as questões", "descer do pedestal", "desobedecer às próprias regras", livrar-se de "todos os protocolos" e "deixar de ser tão arrogantes" (SZÁNTÓ, 2022). Para muitos gestores, os museus se tornaram "demasiadamente institucionalizados" e "demasiadamente cautelosos", conforme debates reunidos em recente estudo de András Szántó.

As exposições imersivas nasceram como uma vertente da arte digital contemporânea ultratecnológica, que utiliza realidade virtual² para funcionar como espaço que oferta simulacros de obras consagradas pela história da arte ocidental.

² O usuário do mundo real se desloca para outro totalmente simulado por computador, entrando em uma experiência de imersão virtual total.

Tais mostras buscam experiências interativas em cenários “instagramáveis”, utilizando luzes, sons e múltiplas projeções de vídeo. Essas exposições vêm conquistando cada vez maior visibilidade em todo o mundo. Se por um lado os museus carregam o estigma de instituições rígidas, arrogantes e ainda muito elitistas, as chamadas mostras imersivas prometem envolver o visitante por completo em uma possível "experiência" multissensorial, embora não demonstrem evidente conexão com proposições curatoriais, diálogo com entornos ou projetos de mediação cultural.

Um dos ambientes de estudo abordados nesta pesquisa pertence à Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo. O MIS Experience é um espaço do Museu da Imagem e do Som (MIS) dedicado a mostras imersivas. Desde seu surgimento em 1970, o MIS é reconhecido como um museu moderno, tecnológico e experimental. Ele se destaca por ser um dos primeiros museus relacionados à produção e preservação de material audiovisual do Brasil.

Inaugurado em 2019 com a exposição *Leonardo da Vinci – 500 Anos de um Gênio*, o MIS Experience trouxe um novo conceito de exposições culturais imersivas dentro do campo museológico e obteve grande destaque na mídia desde o seu surgimento. O MIS Experience foi instalado em um galpão de 2 mil metros quadrados com um imponente pé direito e recebeu mais de 450 mil visitantes apenas na sua primeira exposição. Tal espaço expositivo exhibe mostras imersivas continuamente.

Outro ambiente expositivo, também abordado no presente texto, faz parte da rede integrada de unidades do Serviço Social do Comércio, em São Paulo, SESC SP. Entre os seus diversos projetos, ativos em modelos de ação cultural – pertencentes ao amplo complexo de uma entidade de direito privado sem fins lucrativos – promovendo as artes visuais, o teatro, o cinema, a música, o circo, as exposições etc., está em cartaz no presente momento de produção desse artigo a exposição imersiva *Terra de Gigantes*, uma ocupação instalada na unidade Guarulhos da rede. A exposição também merece atenção e acompanhamento analítico destinado à reflexão sobre o conceito e o formato desenhado para uma experiência imersiva, pois privilegia as narrativas dos povos negros e originários, trazendo uma perspectiva afro-ameríndia sobre o futuro da nação.

Importante situar que o presente estudo surgiu após contato com o vídeo *A moda das exposições imersivas*, no canal de YouTube da comunicadora Vivi

Villanova, e com a publicação no jornal *O Estado de São Paulo* (GONÇALVES FILHO, 2017) de matéria intitulada "A febre insana das mostras imersivas, que não ensinam o público a ver arte" visando assim discutir algumas faces das exposições imersivas em suas itinerâncias.

Para abordar o objeto de estudo, este trabalho propõe a aproximação com parcelas do pensamento de Theodor Adorno (2009) sobre a relação entre arte e público pela obra *Indústria Cultural e Sociedade*. Igualmente, o debate em torno de conceitos discutidos em *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, de Walter Benjamin (2012), estrutura o ambiente teórico proposto na presente pesquisa.

Em 1996, Pierre Lévy já defendia a ideia de que não deveria haver fronteiras ou limitações territoriais no ciberespaço. Partindo dessa ideia, a instituição museu não precisa mais depender de prédios e pode acontecer a qualquer momento por meio do uso de tecnologias. Para análises finais, a dicotomia entre real/virtual, investigação da pesquisadora Giselle Beiguelman (2015) em ensaio intitulado "Arte pós-virtual: criação e agenciamento no tempo da Internet das Coisas e da próxima natureza" será elemento chave para considerações no encerramento do estudo.

Desta forma, a investigação busca entender a motivação institucional presente em duas exposições imersivas, suas estratégias de divulgação e seu desempenho de público, sempre mediado pelas campanhas nas mídias sociais. Se as mostras imersivas estão, de fato, democratizando o acesso à arte, como os museus se comportam? Podem ser mais convidativos, inventivos e tecnológicos, gerando novo interesse e maior frequência de visitantes? Apresenta-se projeto curatorial em tais exposições? Questões como essas serão levantadas no desenvolvimento do texto.

1. IMERGIR E IMERSÃO: EXPERIÊNCIAS SENSORIAIS

Para abordar a principal dinâmica das exposições de vídeo *mapping*³ é fundamental partir do conceito de imersão⁴. O ato ou efeito de imergir, entrar ou penetrar em alguma coisa ou algum lugar, relacionando à capacidade de troca de informação e à necessidade de fazer parte de outro ambiente, em que se estimula a sensorialidade, é parte da estratégia central das mostras.

O sujeito que vive e realiza uma imersão pode alterar sua percepção sobre o tempo, o espaço e o indivíduo. Toda e qualquer experiência imersiva é projetada para que o público vivencie e consuma como se fizesse parte daquele ambiente inédito e ilusório. Com o uso da realidade virtual, a imersão leva o sujeito para um ambiente que ele jamais vivenciou, tornando o contato com a obra projetada mais próximo de uma sensorialidade expandida em *pixels* para captar a atenção do seu público. A transformação digital fez com que a experiência do usuário fosse um assunto cada vez mais debatido na sociedade contemporânea. Logo, criar formas para cativar o público é fundamental nessa era de redes sociais.

Desde o seu surgimento, as interfaces de realidade virtual são pensadas na interação entre o homem e a máquina, devendo favorecer um modelo de comunicação entre sistema e usuário. A interação homem-máquina apresentada por Weibel (*apud* ARANTES, 2005, p. 74) sugere que é necessário entender de que forma é realizada a troca de informação da relação *input/output* para que a capacidade de comunicação entre os meios seja ou não ampliada em suas frentes. A projeção dentro de uma realidade virtual altera a noção de espaço, a relação com o entorno e todo o ambiente ao redor. Desse modo, a interface virtual cria uma experiência imersiva que se altera e provoca contínua sensação de envolvimento do visitante com as imagens.

As exposições imersivas vêm crescendo juntamente com os novos recursos tecnológicos. Cresce o número de visitantes que mergulham em narrativas e exploram

³ Técnica visual que projeta imagens sobre superfícies para criar efeitos que parecem ganhar vida.

⁴ Segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, temos por definição: Imersão (1713 cf. RB) substantivo feminino. 1 ato ou efeito de imergir(-se); imergência, submersão. 2 *astr* momento do desaparecimento de um astro, ao ser ocultado por outro *p. opos.* a emersão. 3 *mar*, P distância medida verticalmente entre a parte superior da quilha e o plano de flutuação de um navio.

o combo espaço físico e virtual em experiências imersivas de realidade virtual. Oliver Grau define o conceito de imersão como:

Um modelo que compreende a ideia utópica de transportar o observador para dentro da imagem, invalida a distância até o espaço imagético, intensifica a ilusão e aumenta o poder da obra de arte sobre o do público – ideia que sempre deu início à dinâmica constitutiva do desenvolvimento de novas mídias de ilusão. A imersão surge quando a obra de arte e o aparato técnico, a mensagem e o meio de percepção convergem para um todo inseparável (GRAU, 2007, p. 405).

O avançado sistema informatizado ampliou as possibilidades de se trabalhar com a imersão. Mas a técnica não nasceu com as tecnologias digitais. No século XIX, já proliferava o uso dispositivos que exploravam os sentidos do observador e provocavam a sensação de imersão. No Diorama, criado por Louis Daguerre em 1822, já havia no mecanismo uma disposição de pinturas realistas que expostas em ambientes iluminados artificialmente proporcionavam a impressão de tridimensionalidade. Diversos experimentos foram explorados desde então e o emprego de modelos projetivos digitais aprimorou a experiência de imersão, construindo o modelo atual de proporções no *videomapping*.

2. MUSEUS, REDES SOCIAIS E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

O planeta está se tornando cada vez mais digital. Um mundo hiperconectado implica em pessoas hiperconectadas. Tanto as pessoas quanto as relações humanas são transformadas pelos meios digitais. Os museus acompanham essa tendência e o aprendizado no mundo digital acaba expandindo o espaço museográfico e permite o surgimento de novas possibilidades expositivas para as instituições. Variadas são as tecnologias que já estão no cotidiano dos museus. Elas impactam as rotinas institucionais e tornam-se ativas na preservação do acervo, em seu gerenciamento, em toda comunicação social e no atendimento ao público.

O museu não depende mais de prédios e pode ser acessado de qualquer lugar e a qualquer momento. De acordo com Pierre Lévy (1996, p. 29) não há fronteiras ou limitações territoriais no ciberespaço, embora nem sempre os grupos e comunidades tomem conhecimento uns dos outros, criando espécies de “bolhas”. Com a web 3.0, conforme definição de Ururahy (2013), a experiência *online* passou a caminhar para uma personalização cada vez maior e cresce com o uso dos assistentes virtuais, da

Inteligência Artificial e da Internet das Coisas. Vários foram os questionamentos sobre as novas tecnologias digitais serem apenas um “placebo” – um artifício sem efeito real – que não causaria mudanças na sociedade.

Algumas instituições já estão em processo de mudança para o universo digital e entenderam que as redes sociais são instrumentos essenciais para a comunicação direta e aproximação com públicos cada vez mais diversificados e conectados. Se muitos museus ainda resistiam à transformação digital, seja por passos curtos na adoção das tecnologias digitais ou por enfrentar problemas nas políticas internas ou mesmo pela falta de recursos financeiros, o fato é que precisaram acelerar o passo para incorporar as mudanças a partir de 2020, em função da pandemia.

A COVID-19 tornou a transformação digital cada vez mais urgente. A mudança que antes era lenta acabou tornando-se uma necessidade de sobrevivência aos negócios. O chamado “novo normal” da tecnologia não teve nada especialmente novo. Tanto as tendências quanto às ferramentas já estavam presentes no dia a dia do mercado. Elas só estavam em um processo gradual de adoção. A resistência à utilização das tecnologias digitais não é mais uma opção, representa uma resistência às tendências. Não existe "novo normal" depois da transformação digital. A remissão da pandemia não vai destruir as novas estruturas construídas no ambiente digital. Os acervos digitalizados, o público virtual e as interações pelas redes sociais vão continuar numa crescente.

Pablo Fabião Lisboa (2019) caracteriza a linha do tempo dos museus em quatro momentos: o museu 1.0 (1660-1899), que funcionou como gabinete de curiosidade e deveria ser apenas observado; o museu 2.0 (1899-1969), que permitiu maior interferência através de interações manuais: botões, manivelas e estímulo ao toque; o museu 3.0 (1969-1987), com o adicional da educação informal, a experiência do usuário passa a ser o centro das exposições. E, por fim, o museu 4.0 (1987-hoje), que utiliza aparelhos tecnológicos e a salvaguarda como meios para maior o acesso à informação.

No dia 28 de janeiro de 2023, no aniversário de 469 anos da cidade de São Paulo, o MIS Experience inaugurou a maior exposição imersiva já realizada no Brasil sobre a Capela Sistina e os afrescos de Michelangelo, conjunto destacado entre as mais celebradas obras da história da arte ocidental. Se viajar para a Itália e conhecer

a Capela Sistina pode ser inviável para muitas pessoas, a exposição imersiva sobre Michelangelo trouxe, de alguma forma, a oportunidade para um primeiro contato com o artista renascentista que se destaca no panteão dos "gênios" da pintura italiana.

A exposição "Michelangelo: O Mestre da Capela Sistina" conta com 14 salas expositivas, que ocupam um total de 1000 metros quadrados e ficam lotadas desde que a exposição foi aberta à visitação. O ápice fica por conta da última sala com projeção da famosa capela mapeada no teto e nas paredes, algo ainda inédito no país. A grande sala de reprodução é menor do que muitas salas de projeção das exposições imersivas de *shopping*, mas tem quase a mesma dimensão da real no Vaticano, sendo apenas 20% menor. Os visitantes podem sentar-se ou se deitar no chão para apreciar os 23 minutos de imagens da pintura no teto, algo impossível de ser feito na original.

Segundo dados divulgados pela assessoria de imprensa do MIS, para o sistema da sala imersiva, desenvolvido pela Deeplab Project, foram utilizados dezenove projetores de alta definição, mais de 1.300 metros de cabeamento de lógica, sistema de som 360 graus e uma renderização do conteúdo de mais de 144 horas. As outras 13 salas expositivas são dedicadas à arquitetura, história e curiosidades da Capela Sistina, com esculturas, gravuras gigantes das obras, cartas, manuscritos, réplicas e documentos sobre o processo de desenvolvimento dos afrescos. Os itens da mostra são homologados pelas instituições italianas que preservam o legado artístico de Michelangelo, e os conteúdos das salas foram elaborados com a consultoria do professor livre-docente que atua na UNICAMP Luiz Marques.

Também em 2023 foi aberta a mostra imersiva *Terra de Gigantes* no Sesc Guarulhos. Outra ação inédita no país, conta com participação de lideranças e artistas negros e indígenas e busca refletir sobre um futuro de nação baseado na perspectiva afro-ameríndia. A mostra tem curadoria do artista Daniel Lima e propõe uma experiência imersiva coletiva que provoque uma vivência interativa singular ao visitante e questione o ideário brasileiro contemporâneo. Daiara Tukano, Davi Kopenawa Yanomami, Denilson Baniwa, Jonathan Neguebites, Jota Mombaça, Juçara Marçal, Katú Mirim, Legítima Defesa, Marcelino Freire, Naná Vasconcelos e Naruna Costa compõem o time de artistas e coletivos convidados para compor as onze cenas audiovisuais que misturam textos, músicas, performances, entrevistas e animações em uma área com cerca de 450 metros de expansão multissensorial.

A exposição, que é gratuita, foi pensada para criar uma experiência visual e sensorial com um jogo de proporções no *videomapping*. Diante de imagens em diferentes escalas, o visitante é reduzido, ampliado e convidado a se enxergar em corpos negros e indígenas. A interação com os artistas faz com que as pessoas se tornem personagens das cenas da exposição, que carrega uma ambiência fantástica do início ao fim da experiência.

Nos últimos anos, as exposições imersivas que mais fizeram “sucesso” com os brasileiros apresentavam reproduções de obras de artistas que frequentam a imagética ampliada da cultura pop, tais como Van Gogh, Monet, Leonardo Da Vinci, Frida Kahlo, Banksy e Michelangelo. O termo “pop” começou a ser utilizado nas décadas de 1950 e 1960, com o movimento Pop Art. A cultura pop não está necessariamente ligada à cultura popular ou à arte acessível. O conceito aborda também criações que instrumentalizam ícones de comunicação e buscam alcançar as massas e movimentar fãs ao redor do mundo.

Em linhas gerais, tais exposições utilizam recursos da cultura pop para *surf*ar na onda da cultura das imagens “instagramáveis”. Enquanto os maiores gastos incluídos em uma exposição de arte são marcadamente os de transporte, seguro, conservação e importação das obras, as mostras imersivas investem altos valores em recursos tecnológicos que reproduzem obras em grande escala e permitem espaços para que o público faça *selfies* e registros para as suas redes sociais. As mostras com obras originais geralmente são realizadas por meio da Lei de Incentivo à Cultura, que visa permitir a democratização da cultura por meio de ingressos com valores acessíveis, de gratuidade para alguns públicos, de iniciativas de acessibilidade e de produção de materiais educativos para formação e circulação de conteúdo sobre arte.

3. EXPOSIÇÃO REAL X EXPOSIÇÃO VIRTUAL: A OBRA DE ARTE E A TENTATIVA DE REPRODUÇÃO DA REALIDADE

No mundo pós-virtual, a Internet tem acelerado o processo de digitalização. Segundo a artista multimídia e investigadora Giselle Beiguelman, se tornou anacrônico pensar na simples dicotomia real/virtual:

A oposição real/virtual é um mero anacronismo do século XX. Somos hoje corpos “ciborguizados” pelos celulares, uma espécie de ponto conexão permanente que nos expande para além do aqui e nos insere em um tempo de eterno agora. Telas de diferentes portes e com novos recursos remodelam as noções de espaço doméstico e privacidade. Aplicativos de realidade aumentada (RA) inserem camadas de informação no ambiente urbano e redefinem o espaço público (BEIGUELMAN, 2015, p. 148).

Segundo Weissberg (1993, p. 121), “O virtual não substitui o real, ele ajuda a lhe dar sentido”. O mundo analógico continua presente no cotidiano das pessoas. O designer indiano Pranav Mistry, do Six Sense Lab do MIT (Massachusetts Institute of Technology) defende que é necessário integrar as informações aos objetos do cotidiano, ajudando a eliminar o abismo digital e mantendo a humanidade. Os seres humanos precisam se manter conectados ao mundo físico.

De acordo com Benjamin (2012, p. 13), “a obra de arte sempre foi, por princípio, reproduzível. O que os homens fizeram sempre pode ser imitado por homens”. Desde o surgimento da fotografia, é possível conhecer uma obra sem nunca a ter visto pessoalmente, o que possibilita a politização da arte e das massas. A tecnologia digital tem proporcionado que os visitantes façam uma imersão na obra bidimensional e consumam um modelo de representação da história da arte ocidental. A imersão em uma exposição que “transporta” as obras de artistas consagrados por meio de vídeo-projeções é diferente da recepção estética proposta em museus ou espaços livres.

Se por um lado as obras são contempladas em uma exposição de pintura, por exemplo, e cabe ao público reagir e interpretar suas intencionalidades, nas mostras imersivas, os visitantes interagem e se tornam parte da experiência multissensorial. As exposições imersivas carregam um grande potencial para envolver pessoas, criar bons *storytellings*, atrair públicos mais jovens e diversos e estimular a criação de novas maneiras de compartilhar histórias, principalmente de forma digital nas redes sociais.

As pessoas estão cansadas de tantos estímulos nessa era de redes sociais. Grande parte do público busca o consumo de forma fácil e as mostras imersivas instaladas em *shopping centers* satisfazem tais necessidades de entretenimento. Nelas não existe a barreira do acesso ao templo museu. Torna-se cada vez mais urgente a necessidade de democratização da arte, em diferentes modelos e formatos. Ainda que os museus estejam distantes das realidades de parte de seus públicos, eles estão entrando na corrida por inovação, diversidade, inclusão e sustentabilidade.

Em seu ensaio “Experiência e Pobreza”, Benjamin dialoga com a pobreza da experiência das pessoas. Segundo o autor, não é raro que o sonho compense a tristeza e o desânimo do dia a dia. O indivíduo segue sua existência inteiramente simples e absolutamente grandiosa que não pode ser realizada durante o dia, por falta de forças:

Não se deve imaginar que os homens aspirem a novas experiências. Não, eles aspiram a libertar-se de toda experiência, aspiram a um mundo em que possam ostentar tão pura e tão claramente sua pobreza externa e interna, que algo de decente possa resultar disso. Nem sempre eles são ignorantes ou inexperientes. Muitas vezes, podemos afirmar o oposto: eles "devoraram" tudo, a "cultura" e os "homens", e ficaram saciados e exaustos. "Vocês estão todos tão cansados — e tudo porque não concentraram todos os seus pensamentos num plano totalmente simples, mas absolutamente grandioso (BENJAMIN, 1987, p. 119).

De fato, ao pensar na experiência construída pela interação multissensorial com as obras projetadas em uma exposição imersiva, nos moldes das mostras em circulação, será possível compreender os mecanismos de evasão e o “sonho” que naturalmente são propostos e aceitos pelos públicos, em tempos de exaustão e desalento diante dos inúmeros desgastes da vida contemporânea.

No campo museológico, exposições da década de 1990 já possuíam versões rudimentares de imersão com o início da realidade virtual. Pela primeira vez, o usuário pôde estar tão imerso e conectado a uma experiência em que o seu corpo respondia a estímulos como se eles fossem reais. Em 1992, a Apple realizou implementações nas quais os visitantes experimentaram uma simulação 3D de três espaços de museu entrelaçados. Em 1999, o Museu Virtual Guggenheim desenvolveu um projeto para criar uma experiência 3D para que seus visitantes pudessem explorar espaços em tempo real por meio de uma modelagem de RV.

4. MODELOS EXPOSITIVOS: LÓGICAS E PROCESSOS

Pensar os modelos expositivos anteriormente apresentados, reunindo as reações ao impacto causado pelo vídeo *A moda das exposições imersivas* e pela leitura da matéria “A febre insana das mostras imersivas, que não ensinam o público a ver arte” acionou uma chave crítica para a abordagem das mostras imersivas no presente texto. Diante do cenário exposto, o pensar crítico sobre a reprodução dos objetos artísticos e as questões que envolvem a interação entre arte e público são

centrais nessas análises. Na mesma direção, a dicotomia entre real/virtual embasa nossa reflexão e motiva as considerações sobre dois modelos de exposição.

Adorno (2009) em *Indústria Cultural e Sociedade* afirma que a cultura na sociedade moderna é alimentada a partir de um modo de produção econômica que visa em última instância o lucro, estando suscetível a um empobrecimento da reflexão crítica e da sensibilidade artística. Por mais que a indústria cultural⁵ seja um motor constante na concepção de uma consciência coletiva nas sociedades de massa, seus produtos não são necessariamente artísticos. Eles provocam sensações agradáveis e efêmeras de pseudofelicidade aos espectadores, mas, diante à condição caótica do mundo, seguem orientando os indivíduos e desarticulando qualquer oposição ao seu sistema falho. Sendo assim, por mais que haja obstáculos para se rebelar a esse modelo da indústria cultural, existem alternativas de produções artísticas que tentam buscar um mínimo de conscientização às problemáticas provenientes do sistema.

Enquanto exposições com curadoria e pesquisa, textos descritivos e acervo exposto não são tão “viralizáveis” e muitas vezes não possuem grande volume de público, as mostras imersivas – não só no conteúdo, mas também nos fundamentos da indústria cultural – apresentam público crescente e são muito compartilhadas nas redes sociais, fazendo com que muitos dos seus espaços sejam projetados para serem “instagramáveis” e completos virais.

Não é à toa que é visível observar a diferença de recepção estética e a disparidade de volume de público entre *Michelangelo: O Mestre da Capela Sistina* e *Terra de Gigantes*. Somente na aba de pesquisa de notícias do Google é possível visualizar 153 links que dão acesso a conteúdos que comentam a exposição *Michelangelo* contra apenas 16 resultados sobre a mostra no Sesc, que apesar de imersiva, não carrega os elementos frequentes da indústria cultural, conforme leitura por Adorno.

As duas instituições, MIS Experience e Sesc Guarulhos, divulgam suas exposições nas redes sociais. Entretanto, *Michelangelo: O Mestre da Capela Sistina* é a única atividade em cartaz no MIS Experience e possui maior motivação institucional de divulgação, enquanto o Sesc Guarulhos possui uma agenda repleta

⁵ Espécie de cultura de massa onde os padrões se repetem e formam uma estética comum voltada ao consumismo.

de eventos de outras naturezas. Desde antes da inauguração da mostra no MIS Experience, a Boldly Go, produtora executiva de *Michelangelo*, criou e realiza o gerenciamento do perfil @michelangelo.capela.sistina no Instagram, que possui 12,7 mil seguidores e 179 fotos e vídeos de divulgação da exposição.

É nítido afirmar que quanto mais a exposição está desassociada às instituições museológicas, maior será o apelo de divulgação digital e a sua presença nas redes sociais. O perfil @monetabeiradagua, criado para divulgar a exposição homônima, conta com 39,2 mil seguidores no Instagram e 634 publicações. Por sua vez, os museus, como instituições seculares que são, têm a pesquisa como cerne e apresentam aspectos como acervo e projeto curatorial em seus trabalhos expositivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil é um país de dimensões continentais que está repleto de manifestações culturais desde as suas origens. Diversos são os grupos sociais e étnicos que compõem o vasto território do país e carregam seus diversos elementos que distinguem suas identidades. Os povos brasileiros são verdadeiros patrimônios culturais imateriais. Sendo assim, os museus têm um papel importante no âmbito de políticas públicas, valorização do patrimônio cultural e exercício de práticas decoloniais. A decolonialidade sugere caminhos para resistir e desconstruir padrões construídos fora da Europa, continente onde os primeiros museus surgiram.

O conceito de cultura tem sido transformado com o tempo; também com os avanços tecnológicos e a sociedade contemporânea modifica o seu comportamento conforme a introdução e popularização das tecnologias. Conseqüentemente, os museus, como instituições que foram mudando ao longo da história para se adequar aos movimentos da sociedade, também vão transformando suas formas de expor e contar suas histórias.

O presente estudo registra como a ascensão do uso de recursos tecnológicos, como o *videomapping*, são verdadeiros chamarizes para atração de público. Apesar das críticas sobre a ausência de conhecimento transversal levado aos espectadores, é notória a curva ascendente do uso do audiovisual nas exposições imersivas. A expressiva recepção do público e o uso massivo das redes sociais na divulgação

comprovam o crescimento exponencial desta nova prática, que garante um mergulho sensorial ao público e múltiplas possibilidades de cobertura com "espaços instagramáveis" como plano de fundo.

Apesar do crescimento e das perspectivas futuras, as mostras imersivas não são acessíveis, de fato, ao grande público. Se por sua vez os museus tradicionais possuem dias de gratuidade e ingressos mais acessíveis para professores e outros públicos prioritários, os ingressos para as exposições imersivas, principalmente as que reproduzem obras de artistas renomados em grande escala, podem beirar a casa de três dígitos. A indústria cultural discutida por Adorno (2009) mostra a transformação da cultura em mercadoria para consumo da sociedade de massa, o que se relaciona com a procura constante de aumento de público pagante nas exposições.

O artigo buscou analisar as experiências das mostras imersivas e o que mudou do ponto de vista museológico com a expansão dessas novas expressões artísticas. Da mesma forma que “o livro matar[ia] a catedral” profecia em “Corcunda de Notre Dame” (1831) do escritor francês Victor Hugo não foi uma realidade, a televisão não destruiu o rádio e o cinema e o streaming não pôs fim à televisão. As mostras imersivas de *shopping centers* não irão substituir os museus e seus acervos originais, porém estão impulsionando novas estratégias de exibição e divulgação. A sociedade seguirá passando por sucessivas adaptações, principalmente devido às mudanças aceleradas pelo surgimento de novas tecnologias e interesses de corporações especializadas em entretenimento.

De toda forma, é válido mencionar nessas considerações finais que toda arte é, em potencial, imersiva. Lina Bo Bardi (1914-1992), arquiteta idealizadora do MASP e de outros espaços notórios que têm a convivência como ponto de partida, propôs experiências de imersão ao dispor cavaletes de cristal como uma floresta de obras para o passeio e apreciação do visitante no Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand. Os Parangolés, as Cosmococas, o Penetrável da Gal e demais instalações penetráveis do artista plástico e performático Hélio Oiticica (1937-1980), são outros exemplos de arte, de fato, interativa como convite à imersão e participação do público em experiências multissensoriais.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009.
- BEIGUELMAN, Giselle. **Arte pós-virtual: criação e agenciamento no tempo da internet das coisas e da próxima natureza**. Cyber-arte-cultura: a trama das redes. Tradução. Vila Velha: Museu Vale, 2013. Acesso em: 10 jun. 2023.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 2007.
- GONÇALVES FILHO, Antônio A febre insana das mostras imersivas, que não ensinam o público a ver arte. **Estadão**, 24 ago. 2017. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/alias/a-febre-insana-das-mostras-imersivas-que-nao-ensinam-publico-a-ver-arte>. Acesso em: 19 nov. 2022.
- HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2001.
- ICOM. **Nova Definição de Museu**. Artigo *online*. Disponível em: http://www.icom.org.br/?page_id=2776. Acesso em: 20 mar. 2023.
- LASCH, Christopher. **A Cultura do Narcisismo**. Imago Editora, Rio de Janeiro, 1979.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: Editora 34, 1996.
- LISBOA, Pablo Fabião. **Museu 4.0: um olhar museológico sobre as práticas museais tecnológicas contemporâneas**. Orientador: Prof. Dr. Cleomar Rocha. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais (FAV), Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual, Goiânia, 2019.
- LOMOGRAPHY. **Daguerre's Diorama: A Precursor to the Daguerreotype**. Artigo *online*. Disponível em: <https://www.lomography.com/magazine/319995-daguerre-s-diorama-a-precursor-to-the-daguerreotype>. Acesso em: 10 jun. 2023.
- REIS, Cláudia Vendramini. **Pavilhão das culturas brasileiras: O uso social do acervo Rossini Tavares de Lima**. Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- RISCO. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/risco/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

SZÁNTÓ, András. **O Futuro do Museu: 28 diálogos**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2022.

URURAHY, Heloisa Pinto. **Museus na internet do século XXI: a caminho do museu ubíquo**. Orientador: Prof. Artur Matuck. Dissertação (mestrado) – Museu de Arte Contemporânea – MAC/USP. Departamento de Pesquisa. Área de concentração: Estética e História da Arte. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

VILLANOVA, Vivian. **A moda das exposições imersivas - Vivi Arte News**. YouTube, 9 set. 2022. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=alH4zU1Eg60>. Acesso em: 10 jun. 2023.

ANEXOS

ANEXO I — Capa do folder de divulgação da Exposição Leonardo Da Vinci: 500 anos de um gênio, de 2 de novembro de 2019

ANEXO II — Foto de divulgação da exposição Leonardo Da Vinci em 2021, após reabertura ao público respeitando todos os protocolos de segurança durante a pandemia do COVID-19



ANEXO III — Convite lançamento da Exposição Portinari para Todos, de 15 de junho de 2021



JOÃO DORIA

Governador do Estado de São Paulo

e

SÉRGIO SÁ LEITÃO

Secretário de Estado de Cultura e Economia Criativa de São Paulo

Convidam para

O lançamento da **Exposição Portinari para Todos**.

Uma exposição imersiva, interativa, digital.

A projeção de suas pinturas e murais em grandes proporções inaugura também a ampliação das instalações do já consagrado **MIS Experience**.

15 de Junho de 2021 – 15h30

Palácio dos Bandeirantes – Salão dos Despachos

Av. Morumbi, 4500 - Morumbi, São Paulo - SP, 05650-000

RSVP: rsvpcultura@sp.gov.br



ANEXO IV — Foto de divulgação da Exposição Portinari para Todos, de 2021



ANEXO V — Foto de divulgação da Exposição Michelangelo: O Mestre da Capela Sistina, de 2023



ANEXO VI — Post de divulgação da Exposição Terra de Gigantes, de 17 de março de 2023



sescguarulhos

sescguarulhos Uma exposição imersiva inédita está chegando por aqui: é a Terra de Gigantes! A partir de um jogo de proporções, audiovisual e poesia, o objetivo é convidar o público a experimentar viver em um corpo negro e indígena no Brasil.

A exposição tem concepção e curadoria de Daniel Lima (@dcfl.daniel_lima), e conta com um grande time de artistas e coletivos participantes: Daiara Tukano (@daiaratukano), Davi Kopenawa Yanomami, Denilson Baniwa (@denilsonbaniwa), Jonathan Neguebites (@neguebites01), Jota Mombaça (@jotamombaca), Juçara Marçal (@jucaramarcal), Katú Mirim (@katumirim), Legítima Defesa (@coletivolegitimadefesa), Marcelino Freire (@marcelino_freire_escritor), Naná Vasconcelos (@nanavasconcelosoficial) e Naruna Costa (@narunacosta).

As cenas audiovisuais passam por diferentes caminhos poéticos, como textos, músicas, performances, entrevistas e animações, discutindo o que significa ser negro e indígena no mundo contemporâneo.

Curtido por denilsonbaniwa e outras pessoas

MARÇO 17

Adicione um comentário... Publicar