



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS

**O Instituto Inhotim e sua lógica de mediação: um estudo sobre a
relação imagem x público no Instagram**

ANA CLÁUDIA LUCCHESI DA CRUZ NOBRE
BRASÍLIA, 2023

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS

**O Instituto Inhotim e sua lógica de mediação: um estudo sobre a
relação imagem x público no Instagram**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Artes Visuais da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de graduado em Artes Visuais, Licenciatura.

Orientador: Cayo Honorato

ANA CLÁUDIA LUCCHESI DA CRUZ NOBRE

2023

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS

**O Instituto Inhotim e sua lógica de mediação: um estudo sobre a
relação imagem x público no Instagram**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Artes Visuais da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de graduado em Artes Visuais, Licenciatura.

Banca examinadora

Prof.º Dr.º Cayo Honorato

Prof.ª Dr.ª Cinara Barbosa

Prof.ª Dra.ª Rosana de Castro

Brasília, 14 de julho de 2023.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Esù por possibilitar que eu chegasse até aqui e por permitir que eu trilhasse meu caminho da maneira mais leve possível, me direcionando nas encruzilhadas que se apresentaram a mim ao longo da vivência acadêmica. Agradeço por ter se feito sempre presente, me permitindo a transformação e a mudança.

Agradeço aos meus pais por terem estado ao meu lado nos momentos mais difíceis dessa caminhada, e por me mostrarem que a arte pode sim ser vivida de diversas formas. Agradeço por terem me ensinado a resiliência e firmeza de seguir em frente.

Agradeço também à minha irmã Luiza por ter aberto as portas da Academia para mim. Sem seu exemplo de luta e resistência diante dos percalços da vida eu não conseguiria chegar onde cheguei. Agradeço por ter sempre se mostrado disposta a ouvir minhas questões e acreditado em mim nos momentos em que nem eu mesma acreditei.

Agradeço ao meu orientador Cayo Honorato e à minha professora Rosana Andrea por terem tido paciência comigo durante os momentos de crise e por terem sempre confiado na minha capacidade. Agradeço por me possibilitarem enxergar novas perspectivas da arte, bem como por terem me apresentado ao mundo da educação de maneira tão leve e inovadora.

E por último agradeço a Universidade de Brasília por ter sido um espaço de aprendizado e descobertas incríveis. Agradeço pela existência dessa universidade e por todas as oportunidades que ela me proporcionou, pelo abrigo em momentos que precisei e pelas pessoas maravilhosas que me apresentou durante os anos de curso. Obrigada e asè.

RESUMO

O Instituto Inhotim é conhecido pelo seu acervo de arte contemporânea e pelo seu espaço físico construído como jardim botânico. O presente trabalho busca a partir da história desse museu a céu aberto discutir as questões que ultrapassam essa realidade material, construindo pontes para entender a realidade digital dos processos de mediação que se desenvolvem nesse espaço. A partir da análise de imagens no Instagram e das relações produzidas entre o museu e o público que o visita, buscaremos entender de que maneira Inhotim lida com as questões contemporâneas de tecnologia, cultura e memória se desvencilhando cada vez mais de uma lógica modernista de exposição e se aproximando de uma realidade que emerge na internet transformando as experiências culturais do século XXI.

Palavras-chave: Museologia pós-crítica; Inhotim; Imagem digital; Arte e tecnologia.

ABSTRACT

Inhotim Institute is known for its contemporary art collection and for its physical space built as a botanical garden. The present work seeks, based on the history of this open-air museum, to discuss the issues that go beyond this material reality, building bridges to understand the digital reality of the mediation processes that take place in this space. Based on the analysis of images on Instagram and the relations produced between the museum and the public who visit it, we seek to understand how Inhotim deals with contemporary issues of technology, culture, and memory, increasingly moving away from a modernist logic of exhibition and approaching a reality that emerges on the Internet, transforming the cultural experiences of the 21st century.

Keywords: Post-critical Museology; Inhotim; Digital Image; Art and technology.

LISTA DE IMAGENS

FIGURA 1 - Foto/Reprodução Inhotim visto de cima.....	25
FIGURA 2 - Obra “Diva”.....	30
FIGURA 3 - Obra “Diva”.....	30
FIGURA 4 - Foto/Reprodução Instagram @juliana_notari.....	32
FIGURA 5 - Foto/Reprodução Instagram @bordadeirasdaserradamoeda.....	36
FIGURA 6 - Foto/Reprodução Instagram @chalezinhopusada.....	36
FIGURA 7 - Foto/Reprodução Instagram @premoldadomatosinhos.....	37
FIGURA 8 - Foto/Reprodução Instagram @inhotimloja e @t.caluzet.....	37
FIGURA 9 - Foto/Reprodução Instagram @inhotimloja e @dna.designart.....	37
FIGURA 10 - Foto/Reprodução Instagram @inhotimloja e @allumettes_.....	38
FIGURA 11 - Foto/Reprodução Instagram @inhotim.....	39
FIGURA 12 - Foto/Reprodução Instagram @inhotim.....	39
FIGURA 13 - Foto/Reprodução Instagram @inhotim.....	40
FIGURA 14 - Foto/Reprodução Instagram @inhotim.....	40
FIGURA 15 - Foto/Reprodução Instagram @cescodavila.....	41
FIGURA 16 - Foto/Reprodução Instagram @debyzinhaaaaa_.....	41
FIGURA 17 - Foto/Reprodução Instagram @the_kween_ju.....	41
FIGURA 18 - Foto/Reprodução Instagram @anadagaleti.....	41
FIGURA 19 - Foto/Reprodução Instagram @julianealvees_.....	42
FIGURA 20 - Foto/Reprodução Instagram @josy_boresca.....	42
FIGURA 21 - Foto/Reprodução Instagram @aryannesouzam.....	42
FIGURA 22 - Foto/Reprodução Instagram @meldiocre_.....	42
FIGURA 23 - Foto/Reprodução Galeria Claudia Andujar.....	44
FIGURA 24 - Foto/Reprodução Instagram @ruleandro.....	45
FIGURA 25 - Foto/Reprodução Instagram @natyvasconcelos.....	45
FIGURA 26 - Foto/Reprodução Instagram @karyenfs.....	45
FIGURA 27 - Foto/Reprodução Instagram @marquiteto.....	46
FIGURA 28 - Foto/Reprodução Instagram @lucianoaribeiroo.....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
PARTE 1 - QUESTÕES HISTÓRICAS, SOCIAIS E CULTURAIS DOS MUSEUS DA ERA DIGITAL	
2. O MUSEU E O PÚBLICO NA ERA DIGITAL.....	11
2.1. A imagem e o sujeito dentro de uma nova perspectiva da arte.....	13
3. SOBRE O MUSEU NA CONTEMPORANEIDADE.....	16
3.1. O paradoxo das lógicas expositivas.....	18
3.2.1. Sobre fronteiras.....	19
PARTE 2 - INHOTIM	
4. INHOTIM: UM MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA.....	23
4.1. O museu e suas relações.....	26
PARTE 3 - A MEDIAÇÃO DIGITAL: INHOTIM E O PÚBLICO	
5. EM REDE.....	33
5.1. O uso das <i>hashtags</i>	34
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS.....	50

1. Introdução

Estudar as relações entre museu e público na atualidade é um desafio quando se pensa na infinitude de ferramentas desenvolvidas ao longo dos anos que se encontram nesse processo. A era digital ajuda a construir uma realidade, aparentemente, para além da matéria física – o que, em todo caso, permite que noções de tempo e espaço se tornem flexíveis quando inseridas no contexto da internet.

As mídias sociais, detentoras dessas possibilidades, são exemplos de como o comportamento e a vivência em sociedade vem se transformando. Diante disso, o museu de arte, como instituição fundamental na preservação de memória e construção de identidades tem de se adaptar a essa nova realidade em que a prática de mediação não se coloca apenas como instrumento de exposição do conhecimento. Isso porque, a construção identitária dos indivíduos perpassa pelo seu acesso a espaços como o museu, que devem compreender seu papel social para muito além de serem detentores de conhecimentos.

Nesse contexto, a imagem digital se insere como ferramenta tecnológica transformadora da lógica de recepção que se via até hoje. A noção de reprodutibilidade promoveu uma ruptura com os modelos clássicos expositivos que se construíam nas instituições, uma vez que o acesso à obra não é mais restringido geograficamente. Assim, novas noções de identidade foram se consolidando à medida que o público se percebeu enquanto agente ativo na prática de mediação.

Além disso, o pensamento contemporâneo de arte confronta algumas noções pré-estabelecidas que definiam de maneira muito concreta como as obras e a relação do museu com o público eram estabelecidas. Em um contexto de distanciamento do indivíduo, as instituições museológicas se colocavam apenas como ferramentas da mediação entre a obra e o público, sem se preocupar com as questões sociais que envolviam essa relação. Isso porque a ideia que se tinha nesses espaços era a de afastamento do que há de fora e de contemplação da arte exposta numa tentativa de neutralizar o ambiente museal – premissas que foram consignadas na ideia de “cubo branco” (O'DOHERTY, 2002).

Dito isso, o Centro Cultural Inhotim, localizado em Minas Gerais, se coloca nessa nova conjuntura como espaço de arte contemporânea em que a lógica de exposição modernista não se encaixa mais com a proposta do Instituto. Assim, a estrutura que se desenvolve nas redes sociais da instituição com o público que o visita transforma as narrativas presentes dentro do museu, bem como possibilita novas perspectivas para as obras que se constroem ali.

Por isso, a plataforma do Instagram, como ferramenta fundamental na realidade em que vivemos, é importante para compreender as nuances e transformações que se desenvolvem nessa relação. E, mais do que isso, produzir novas possibilidades de identidade que se expressam ali.

Dessa maneira, é necessário antes de se analisar diretamente o que ocorre nessa plataforma e como Inhotim lida com essas transformações, pensar como os museus dessa nova era se comportam de maneira geral. É importante identificar os processos históricos que constituíram o que hoje se entende por museu, uma vez que a imagem digital se tornou ferramenta essencial para a produção de comportamentos, afirmação de identidades e instrumento de mediação

Questões históricas, culturais e sociais nos museus da era digital

2. O museu e o público na era digital

As visualidades, enquanto termo que se constrói a partir de tudo aquilo que vemos e percebemos, vêm tomando grande parte das discussões no campo das artes nos dias de hoje. A modernidade, ao constituir novas formas de se compreender a imagem, desde o advento da câmera fotográfica no século XIX, trouxe diversas transformações desenvolvidas à medida que modificou a forma como nos comunicamos, agimos e como percebemos o mundo ao nosso redor.

Dessa forma, as relações estabelecidas ao longo dos anos com as mudanças promovidas pela imagem se tornaram mais diversas, pois o desenvolvimento das novas mídias sociais consolidou uma nova maneira de reproduzir e disseminar informações. O filósofo Byung Chul-Han (2022) desenvolve o conceito de infocracia, ao compreender que as relações desenvolvidas entre o indivíduo e a sociedade, bem como entre o indivíduo e os objetos ao seu redor, atualmente são determinadas pelos dados e informações compartilhadas nas redes sociais. Para o autor, as mídias digitais hoje submetem a esfera pública a uma mudança radical de estrutura (CHUL-HAN, 2022).

Dentro desse contexto, os espaços museológicos enquanto estruturas de conservação e propagação de arte, cultura e conhecimento estão sendo obrigados a reavaliar a forma de mediação que praticam em seus espaços. A busca pelo entendimento desse lugar, o qual não se limita mais a um conservatório de acervos, tornou-se um dos focos principais na área da museologia pós-crítica. É necessário agora entender como as fronteiras, construídas entre a tecnologia e o museu, são gradativamente diluídas ao mesmo tempo que se confluem e desenvolvem uma nova relação entre o espaço, o objeto de arte e o público.

Para tanto, a necessidade de se pensar a *imagem interconectada*, enquanto ferramenta de disseminação de ideias, informações e conhecimento se tornou foco central dos estudos museológicos a fim de compreender sua influência nesse contexto. Dentro disso, o museu de arte contemporânea se tornou peça chave no processo de investigação das imagens digitais enquanto objetos de diálogo entre o museu, obra e espectador, visto que nesses espaços as

visualidades são percebidas de outras formas, em que as fronteiras antes bem definidas por ideais modernistas de mediação foram se dissolvendo e criando novas perspectivas para essa relação entre o público e a instituição.

Por isso, pensar a instituição museológica apenas em seu espaço físico, limitado pelo acervo presencial, demonstra-se ineficiente e não abrange as transformações tecnológicas e conceituais que as visualidades vêm sofrendo.

Assim, cada vez mais, espaços de arte contemporânea como o Instituto Inhotim têm se utilizado dessas novas ferramentas digitais no processo de construção de seus acervos, bem como de disseminação dos mesmos. Dessa maneira, as discussões que se sucedem a partir das escolhas feitas por esses espaços vão se tornando mais contundentes à medida que se utilizam da imagem virtual como forma de *marketing* e disseminação de suas propostas. Contudo, para que seja possível compreender esse processo, é importante questionar o papel da instituição museológica contemporânea frente às transformações culturais da sociedade ao longo dos anos e como esses espaços de arte vêm sendo modificados também à medida que o sujeito observador se desloca de um papel meramente contemplativo e abrange outros papéis dentro dessa relação. Vale ressaltar que esses questionamentos também se colocam ao tentar entender não só o papel do museu nesse cenário, mas também do indivíduo espectador enquanto elemento ativo nesse sistema.

Jonathan Crary em seu livro *Técnicas do Observador* questiona o problema que envolve o sujeito na modernidade, à medida que as tecnologias de informação passam a dominar as formas de visualização:

Se há uma mutação em curso na natureza da visualidade, quais formas e modos estão sendo deixados para trás? Que tipo de ruptura é essa? Ao mesmo tempo, quais elementos de continuidade ligam a produção contemporânea das imagens às antigas organizações do visual? [...] De que maneira a subjetividade está se convertendo em uma precária interface entre sistemas racionalizados de troca e redes de informação? (CRARY, 2012, p. 12)

É importante perceber então, no pensamento de Crary, uma busca pela compreensão de como as visualidades, da maneira como são produzidas e consumidas nos dias de hoje, rompem e transformam as subjetividades do espectador. Além disso, o autor entende tais transformações dentro do que ele chama de uma nova *economia cultural*:

As fotografias [...] participam de uma imensa ruptura sistêmica [...]. A fotografia é um elemento de um novo e homogêneo terreno de

consumo e circulação, no qual se aloja o observador. Para entender o “efeito da fotografia” [...] é preciso vê-lo como componente crucial de uma nova economia cultural de valor e troca, não como parte de uma história contínua de representação visual. (CRARY, 2012, p. 22).

Dentro desse pensamento, mostra-se necessário então compreender essa nova forma de imagem para além de uma ferramenta de registro, mas como uma possibilidade de percepção conceitual e simbólica das experiências temporais e corporais que ocorrem dentro e fora do museu. A noção de “capitalismo artista” (LIPOVETSKY & SERROY, 2015) adentra essa nova perspectiva cultural à medida que conduz as relações que se desenvolvem dentro do campo das visualidades a partir de uma ótica que demanda o lucro e as trocas comerciais. O Instagram, na qualidade de instrumento de influência na estética comportamental das pessoas, possui um peso esmagador nesse novo ambiente que se consolida no mundo das artes, em que o consumo da imagem em todos os seus aspectos conduz a relação do museu com o público de diversas maneiras.

Portanto, é partindo dessas reflexões que se mostra importante perceber não só o que as imagens nos “dizem” nessa nova conjuntura, mas de que maneira elas permitem a dissolução do museu enquanto local pensado inicialmente para um campo presencial, constituído em uma lógica que limita as trocas entre obra, instituição e público.

É partindo dessa perspectiva, então, que será feita uma busca pela compreensão de como Inhotim se comporta desde sua concepção enquanto museu de arte contemporânea, bem como na forma como sua lógica expositiva molda outras perspectivas de mediação e reprodução de seu acervo. Para tanto, é importante analisar mais especificamente as relações que decorrem dessa conjuntura a fim de assimilar essa nova realidade mediática.

2.1. A imagem e o sujeito dentro de uma nova perspectiva da arte

A ideia de imagem sempre esteve de alguma forma ligada ao conceito de representação. Desde as pinturas nas cavernas de Lascaux em que o desenho era utilizado para representar rituais mágicos, ou na pintura renascentista na busca pela representação do belo ou até mesmo na fotografia desenvolvida a partir do século XIX, a imagem foi vista como uma forma de representação social e cultural. Contudo, diante do desenvolvimento da tecnologia de dados ao longo dos anos, a forma como a sociedade lida com as imagens transformou-se radicalmente. A ideia de representação ainda se faz presente nesse contexto, entretanto, não

será apenas o ato de representar que definirá a relação do sujeito com a imagem nos dias de hoje, mas o alcance que ela terá em suas diversas circunstâncias. Andrew Dewdney fala sobre essa nova conjuntura na qual ele define a imagem digital enquanto *networked image*¹:

A representação da imagem - agora tem de ser entendida nas ecologias da cultura trabalhada em rede, reconhecendo que o valor e o significado são constituídos em e por circulação. Um novo e não dito conjunto de lealdades entre agentes humanos e mecânicos suplantou as formas de ver baseadas na representação e traz à existência uma nova política e um conjunto de relações de poder da imagem em rede. (DEWDNEY, 2020, p. 76).

Com isso, depreende-se que a absorção das mídias sociais pelos indivíduos enquanto ferramenta de comunicação e reafirmação de ideias impactou diretamente em como as visualidades são lidas nessa realidade, além de ativamente construir novas formas de comportamento. As relações de poder prescritas nesse contexto contribuem para que o sujeito seja diretamente influenciado pelo que circula nesse espaço, seja em um campo estético, cultural ou econômico.

Além disso, a constituição desse lugar virtual possibilita uma multiplicidade de realidades, onde o indivíduo tem o poder de se deslocar em diversas temporalidades. Isso porque a necessidade de se deixar ver e se reafirmar por meio das imagens em rede só é concretizada a partir da exposição e alcance das mesmas, de forma em que as mesmas podem ser produzidas e reproduzidas a qualquer momento em qualquer lugar. Byung Chul-Han (2022) fala sobre esse contexto, que ele chama de *tribalização* das redes, onde o indivíduo busca se encontrar:

As tribos digitais tornam possível uma experiência forte de identidade e pertencimento. Para elas, as informações constituem não uma fonte de saber, mas de identidade. (CHUL-HAN, 2022).

Lipovetsky e Serroy também pensam o indivíduo enquanto sujeito em busca da exposição por meio das imagens:

[...] o público cada vez mais se quer e se pensa ator, adota atitudes destinadas às mídias que o filmam. Hoje, os indivíduos se pensam em termos de imagens, e eles próprios se põem em cena nas redes sociais ou diante das câmeras [...] (LIPOVETSKY e SERROY, 2015).

Sendo assim, ao compreender a imagem dentro desse espaço de informação e disseminação, conclui-se que as relações entre indivíduo e visualidade se desenvolvem também por uma

¹ Em tradução livre: "Imagem interconectada"

necessidade de pertencimento e afirmação individual. Por isso, o Instagram, na medida que se coloca como instrumento dessa relação, assume grande responsabilidade pelas complexidades que ali se constroem.

Desse modo, pensando em uma lógica museológica, a perspectiva trazida por Crary – ao entender o observador como um sujeito que não se adequa mais a uma ideia expositiva que se estrutura baseada na contemplação e que agora se estende para além dos espaços previamente impostos pelo museu – fortalece os questionamentos acerca disso:

A modernidade, nesse caso, coincide com o colapso dos modelos clássicos de visão e seu espaço estável de representações. Em vez disso, a observação torna-se, cada vez mais, uma questão de sensações e estímulos equivalentes, desprovidos de referência espacial. (CRARY, 2012).

Logo, pensar a emancipação da visão (CRARY, 2012) enquanto aspecto central no processo da modernização social se coloca de maneira essencial para que seja possível compreender o lugar do observador/espectador em relação às imagens e aos museus nesse novo contexto tecnológico.

Ademais, também é necessário entender a perspectiva de consumo ao redor dessa relação. Ao se falar de uma estetização do mundo (LIPOVETSKY e SERROY, 2015), mostra-se importante pensar a arte através de diversas perspectivas, segundo as quais o sujeito que interage e observa se utiliza da imagem digital como agente que influencia ao mesmo tempo que é influenciado por ela. A mercantilização do que se vê e produz impacta diretamente em como esses novos “produtos” são lidos e disseminados socialmente. Pensar a arte e o museu dentro dessa lógica é imprescindível para que seja possível avaliar como a imagem é utilizada nesse ambiente, conforme ela constitui e influencia espaços, artistas e obras.

Lipovetsky e Serroy caracterizam de maneira sucinta esse lugar da arte como produto, associado à lógica do mercado, apontando para a ideia do que chamam de capitalismo artista:

[...] o capitalismo artista mistura estruturalmente arte e indústria, arte e comércio, arte e entretenimento, arte e lazer, arte e moda, arte e comunicação. Nele, a arte nunca se apresenta numa forma pura ou autônoma, mas sempre associada e misturada às lógicas do comercial, do utilitário, do *entertainment*. Desse modo, o capitalismo artista deve ser entendido como o estado da ordem econômica liberal que, não tendo mais como eixo fundamental a produção dos bens de equipamento, investe cada vez mais nas indústrias de criação a fim de colocar no mercado uma multidão de produtos e serviços de consumo

atraentes, de bens que proporcionem prazer, distração e experiências emocionais. (LIPOVETKSY & SERROY, 2015, p. 63).

Dessa maneira, é interessante analisar como a relação da arte hoje em dia com o sujeito perpassa diferentes esferas, em que, não só o indivíduo artista cria e produz, mas também aquele que é tido como observador e que se coloca, a princípio, em um lugar de reprodução e retroalimentação de ideias estéticas presentes na sociedade. Isso acontece à medida que as imagens interconectadas (DEWDNEY, 2020) se consolidam como pontos centrais dessa nova era digital, em que as fronteiras entre o público e a arte se dissolvem em um processo que não mais se reduz a uma relação de objeto contemplado e pessoa que contempla. Agora, as ferramentas digitais permitem a dissolução de temporalidades, à medida que conectam pessoas ao redor do mundo, em qualquer momento e em qualquer lugar, possibilitando a construção de novas perspectivas.

Logo, é interessante pensar a ideia de consumo ao redor da arte e da imagem porque esse é um dos espaços no qual se desenvolve o processo de mediação entre o museu e o público. A partir dessa nova perspectiva, os aspectos que compõem esse elo abarcam nuances e profundidades que têm origem nesse novo espaço que se configura.

Para além dessa perspectiva, Dewdney (2013) constrói também em seu arcabouço teórico novas formas de se pensar a representação na contemporaneidade. A partir da pesquisa feita na Tate Britain, em Londres, ele demarca a relação do sujeito contemporâneo – particularmente o que se encontra em grupos minoritários – com a representação dentro do espaço museológico. Esse aspecto será aprofundado nos próximos capítulos.

Ademais, para que seja possível compreender esses contextos é necessário também entender a lógica expositiva praticada pelos museus e instituições e como eles buscam se transformar dentro dessa nova realidade.

3. Sobre o museu na contemporaneidade

O museu na contemporaneidade passa por diversas transformações que se constituem principalmente na maneira em como o processo de mediação se desenvolve, a partir da intensificação do uso de mídias sociais como o Instagram.

Ao se pensar então sobre as lógicas que operam nas instituições museológicas nos dias de hoje, faz-se necessário retomar a ideia do que antes era proposto por esses espaços. Isso porque, compreender como foram se construindo as ligações presentes entre museu, arte e

espectador ao longo do tempo é determinante para a produção de uma análise mais eficaz dos processos que ali ocorrem.

Dessa maneira, é cada vez mais insuficiente definir o museu enquanto “guardião do passado”, pois a lógica expositiva que se espera hoje dessas instituições perpassa outros caminhos. O avanço da tecnologia afeta diretamente a cultura e como ela é propagada. Mas isso não envolve qualquer determinismo tecnológico; se a cultura é digital, a tecnologia é cultural (DEWDNEY, 2020). Assim, partindo do pensamento de Dewdney, é importante pensar a cultura dentro desse novo espaço que se configura. Por sua vez, o museu precisa se adaptar a essas transformações. Construir esse diálogo que perpassa as mídias sociais é desafiador e coloca as instituições em um lugar que não se sustenta mais a partir de uma lógica modernista de exposição. Isso porque a ideia de objeto a ser contemplado, de um observador que se distancia da obra para poder enxergá-la e de um espaço museológico ao qual o acesso é fisicamente limitado não configura mais o que a sociedade divulga visualmente.

O “cubo branco” como chamado por O’Doherty (2002) foi por muito tempo a ideia central presente nas galerias e museus. A instituição se afirmava enquanto ambiente que idealizava uma arte para ser exposta em um espaço sacralizado e distante da realidade do mundo (GROSSMAN; O’DOHERTY 2002). Assim, ao olhar para a instituição que se consagrou de determinada maneira até meados do século XX, é possível observar as influências que ela sofreu por parte de uma elite que dominou o acesso e a disseminação do que ali ocorria. É importante ressaltar esse fato, pois à medida que entendemos o *modus operandi* dos museus mais tradicionais entendemos quais as demandas que atualmente dificultam as transformações que ali podem ocorrer, ao mesmo tempo que desafiam o conceito de museu em seus mais variados aspectos.

O’Doherty (2002) elucida essas questões a partir do momento que expõe o lugar da instituição na prática de uma mediação com lógicas modernistas. A noção de um espaço neutralizado é um dos principais pontos confrontados pelo autor. Conforme essa ideia, a galeria ideal subtrai da obra de arte todos os indícios que interfiram no fato de que ela é “arte” (O’DOHERTY, 2002). Além disso, o autor condensa seu pensamento mais uma vez:

A galeria modernista típica é o limbo entre o ateliê e a sala de estar, no qual as convenções de ambos encontram-se num território neutralizado criteriosamente. Aí a consideração do artista pelo o que ele criou ajusta-se com perfeição ao desejo burguês de posse (p.85).

Dessa maneira, o autor nos coloca diante de uma perspectiva construída ao longo dos anos, a qual limitou — e limita — o papel do museu. Segundo essa perspectiva, o museu apenas existe enquanto espaço de exposição de obras, sem vínculo qualquer com as percepções que o circundam, bem como sem ligação com a realidade na qual está inserido, não compreendido como agente ativo na relação entre obra e observador. Assim, dentro desse panorama, é possível perceber o que se espera do museu modernista em sua amplitude: garantir a manutenção das esferas socio-estéticas as quais preservam o *status quo* daqueles que têm acesso a esse espaço, ao mesmo tempo em que se distanciam de suas próprias contradições.

Desse modo, o que se busca atualmente dentro desses espaços é a mudança de perspectiva. As instituições museológicas se colocam agora diante de novas formas de se pensar arte, em que as relações entre o espaço e a obra se confluem e transpassam as barreiras do visível. Portanto, a galeria contemporânea deve se debruçar também sobre os aspectos digitais que permeiam esse novo ambiente, visto que a “digitalização da vida” se apresenta em diferentes camadas.

3.1. O paradoxo das lógicas expositivas

Ao se pensar no que está por trás das lógicas expositivas, percebe-se um paradoxo pulsante que se afirma cada vez mais nesse contexto de digitalização das relações. Quando se fala da necessidade do museu de compreender esse novo espaço, percebe-se que a ideia modernista de exposição não faz mais sentido, porém a relação do objeto de arte com a instituição ainda se coloca da mesma maneira. Isso porque a partir do momento em que se estabelece que a obra é o que é apenas pela sua existência física naquele local e momento, o museu se esquece das inúmeras outras transformações que a obra de arte sofre pela digitalização e propagação da sua imagem. Então, é importante ressaltar que os espaços expositivos não sustentarão essa nova era digital apenas com a utilização das redes sociais. É preciso que os ambientes expositivos estejam dispostos a entender as complexidades que envolvem a relação da obra com o público para além do que se vê no museu, ou do que o artista quer que seja visto. Hoje, a intencionalidade do artista e a forma como a obra é percebida encontram nuances as quais devem ser olhadas atentamente para que o trabalho de mediação contemple esse entre-lugar do público e o museu.

Dewdney (2020) nos coloca diante de questionamentos que apontam para essa nova perspectiva:

Como deveria o museu de arte reconhecer e desenvolver um diálogo com o seu público agora que a concepção modernista da relevância da arte contemporânea para a sociedade foi ultrapassada pelo presente paradoxal? E como pode o museu de arte formular um novo conjunto de objetivos sociais frente à mercantilização da cultura como patrimônio? Para que serve o espaço do museu, agora que valor e significado estão completamente interligados em rede? (p. 79).

Para além disso, o autor demonstra as novas necessidades que se firmam nesse contexto:

Seja isso formulado dentro ou entre áreas já existentes, a questão subjacente é a necessidade de criar novos entendimentos sobre a convergência entre os discursos da arte, da mídia e da tecnologia, aos quais o modernismo estético tem resistido historicamente. (p. 80).

Sendo assim, concomitante ao pensamento de O’Doherty, as afirmações trazidas por Dewdney potencializam ainda mais a discussão ao redor do que acontece hoje na relação do museu com o seu público, da mesma forma que fomentam ainda mais a necessidade de se pensar a nossa realidade enquanto espaço de multiplicidade e transformação. Para tanto, um dos pontos centrais nessa perspectiva se firma em olhar para o “como” as galerias irão trabalhar com essa ideia do não visto, daquilo que ultrapassa os limites físicos do espaço expositivo e, mais, de que maneira a agência imputada sobre o público é construída juntamente com o museu. Com isso, o conceito de agência é imputado ao sujeito de maneira a percebê-lo não mais como elemento passivo do processo de mediação. Logo, as instituições devem procurar relacionar-se com o público trocando saberes e se retirando dessa relação hierarquizada a qual coloca o espaço como detentor do conhecimento e o sujeito enquanto simples receptor do que acontece ali.

3.2.1. Sobre fronteiras

Quando pensamos no que acontece no campo das artes visuais atualmente, sabemos que a existência das obras ultrapassa a noção de objeto físico apresentado. Com o desenvolvimento ainda maior a partir da década de 60 e 70 de uma arte conceitual, os processos de mediação foram postos à prova, uma vez que as galerias tiveram que contextualizar seus espaços. Isso porque o que era antes compreendido como ambiente neutro agora toma outra forma à medida que se desloca desse lugar de apenas expositor e passa a fazer parte de uma lógica que o requer enquanto agente na obra. Dessa maneira, um dos pontos centrais que consolidam essa ideia do espaço

museológico como parte influenciadora do que está exposto é a noção de fronteira diluída.

O paradoxo presente nas relações que se constroem com o museu também se encontra ao nos depararmos com a ideia de fronteira e diluição. As relações ali estabelecidas passam agora a fazer parte de um sistema rizomático conduzido pelas redes que transformam as percepções e experiências vividas nesse lugar. Pensar em organizações como "redes" em vez de hierarquias é muito difundido na comunidade empresarial e tem entrado nos museus (RODLEY, 2020).

Dessa maneira, é possível então enxergar as linhas antes bem delimitadas confluindo-se com outros aspectos nessa relação.

Assim, esse lugar de diluição se firma de forma bastante contundente, uma vez que a relação do público com a obra também se traduz nesse novo ambiente. Isso porque, as experiências construídas através das redes sociais, bem como as produções visuais do sujeito interferem na maneira como a obra — e o artista — serão vistos. São questões a serem analisadas mais a fundo nos próximos capítulos a partir das próprias imagens compartilhadas em rede.

Ademais, um ponto que concentra muitas das discussões ao redor dessa nova realidade é a concepção de *distributed museum*. Essa ideia pode ser concebida de diferentes formas, assim, é importante ressaltar que aqui analisaremos essa questão a partir do ponto de vista trazido por Dwedney, o qual, com seu estudo realizado nos chamados de *Tate Encounters*, possibilitou a análise da dialética presente hoje nos museus de arte moderna com seu público nessa era da digitalização.

Para que seja possível compreender esse espaço em desenvolvimento, a pesquisa conduzida na Tate Britain de Londres é indispensável para a análise de uma nova museologia que se constrói ao pensar novas formas de mediação.

***Tate Encounters* e a questão da representação**

Ao se pensar nas condições contemporâneas de mediação, um arcabouço teórico de pesquisa se torna fundamental para que se entenda a construção do museu ao redor disso. A pesquisa realizada por Andrew Dewdney, David Dibosa e Victoria Walsh entre 2007 e 2010 na Tate Britain de Londres, envolvendo a Universidade de Artes de Londres e a Universidade South Bank de Londres, foi o pontapé inicial para esses questionamentos relacionados à representação, público e museu na contemporaneidade. A ideia de “crise da representação” trazida pelos autores se constitui a partir do momento em que se percebe como certos grupos

minoritários sociais não se viam representados no espaço do museu. Isso porque a lógica expositiva modernista ainda não se adequara à noção contemporânea da tecnologia e inclusão. O termo *distributed museum* se concentra nesse caminho que compreende as dimensões do museu em seus mais variados aspectos. Rodley (2020) fala um pouco sobre isso:

O museu distribuído é um espaço habitado por pessoas e profissionais de museus que se envolvem ao longo do tempo, em diversas plataformas e em vários locais, negociando uma compreensão crescente do patrimônio cultural. É difícil superestimar a importância da dinâmica de poder mutável incorporada à ideia de "um espaço, não um lugar". (p.83).

A questão por trás disso está em conseguir compreender esse não-lugar, o qual existe em diversas dimensões. Um espaço de produção, conhecimento e saberes não-visível. Dessa forma, o cerne que concentra essa crise da representação analisada pela pesquisa também envolve entender como o museu de arte constituiu-se de políticas que limitam o acesso de determinados grupos, bem como a dificuldade que possui em compreender esses entre-lugares que permeiam a vida na atualidade. Dewdney (2013) comenta esse processo dentro da Tate Britain de Londres:

[...] na Tate Britain, a crise geral de representação assume a forma específica de uma complexa confusão de práticas de curadoria em relação à Coleção Nacional de Arte Britânica e à lógica estética da exibição modernista de obras que prejudica o desenvolvimento de novos públicos e inibe uma exploração mais completa das novas redes de informação. (p. 5)

Assim, a pesquisa compreendeu que a lógica de atuação do museu para tentar trazer para si certos grupos identitários não se sucedeu de maneira efetiva. Isso porque, ao observarem a noção de identidade, viu-se que por trás da mesma há uma construção mais complexa que ultrapassa os aspectos étnicos e raciais. Dessa maneira, investigar essas complexidades se tornou o alvo dos pesquisadores, para os quais as questões diaspóricas, econômicas e culturais passaram a fazer parte desse novo entendimento. A pesquisa realizada contou com a participação de estudantes desses grupos como agentes ativos do processo de investigação do museu em que as mídias e redes foram ferramentas centrais dessa relação. A utilização de uma metodologia reflexiva possibilitou uma forma de estudo baseada nas experiências dos sujeitos envolvidos dentro no museu de arte, partindo de pressupostos culturais diversos os quais permeavam as individualidades de cada um. Por isso, a pesquisa se tornou peça chave para compreender as transformações culturais que as mídias digitais podem promover em um

espaço museológico, o qual é historicamente conhecido por ter limites bem definidos a respeito das relações que estabelece, bem como é objeto fundamental de reprodução da sociedade em seu aspecto cultural e social.

[...] na conjuntura contemporânea, a presença dos públicos transculturais e alfabetizados pela linguagem da mídia ameaça essa separação institucionalizada de valores, desafiando a autoridade cultural em que se apoia a estética modernista. (DEWDNEY & WALSH, 2013).

Assim, pensar a diluição das fronteiras se torna cada vez mais necessário a medida que se entende o esfacelamento de estruturas conservadoras de mediação. Por isso, o desenvolvimento dessa pesquisa se apoia em novas perspectivas e mostra a necessidade de se pensar essas questões e dissonâncias a partir da prática de mediação de outros espaços museológicos.

Dessa forma, a ideia de representação que se constitui a partir da tecnologia deve ser investigada nos espaços que já se encontram em uma lógica que se distancia desses ideais modernistas de exposição. O Instituto Inhotim, como tema central a ser debatido aqui, será analisado nos próximos capítulos a fim de entender como esse espaço de arte contemporânea – o qual abriga diversas galerias e jardins em suas mais diversas formas expositivas – lida com esse processo de digitalização e produção dos seus espectadores no espaço do Instagram concomitantemente às tensões presentes nesse entre-lugar que transpassam as relações do público com o museu.

4. Inhotim: um museu de arte contemporânea

Para que seja possível compreender de que maneira o Instituto Inhotim se afirma nos dias de hoje, bem como sua relação com o público em seus mais variados âmbitos, é necessário antes entender como esse museu se consolidou ao longo dos anos e como as transformações digitais operam em seu contexto geral. Assim, para que se possa analisar de maneira objetiva tais processos, é necessário pensar as bases que constituem esse espaço e mais do que isso, como ele se afirma após mais de uma década de existência.

Dessa forma, é interessante pensar como a definição de arte contemporânea para o museu define as práticas que lá ocorrem. Para além disso, Inhotim se consagra também como jardim botânico e trabalha seu acervo construindo relações entre obra e paisagem.

O Instituto Inhotim é um museu de arte contemporânea e Jardim Botânico, localizado em Brumadinho (MG). [...] Idealizado desde a década de 1980 pelo empresário mineiro Bernardo de Mello Paz, do solo ferroso de uma fazenda da região nasceu, em 2006, um dos maiores museus a céu aberto do mundo. (INHOTIM, 2023.)

Com isso, ao definir-se como um museu de arte contemporânea, alguns questionamentos são colocados: o que o Instituto considera enquanto arte contemporânea? De que maneira isso define o acervo presente no local? E mais, de que forma o museu se relaciona com o seu público à medida que ele se define assim? Essas e mais questões tentarão ser respondidas e analisadas à medida que compreendermos alguns pressupostos teóricos a respeito da relação entre o público e o museu de arte contemporânea.

O que é a arte contemporânea?

Assim, a questão presente na pergunta “o que é arte contemporânea?” encontra seu cerne na tentativa de entender quais são as características que consolidam um museu enquanto contemporâneo. Logo, são muitas as divergências teóricas por trás dessa pergunta, visto que não há uma definição concreta para o que quer que seja essa arte. Para alguns autores, como

Nathalie Heinich, Anne Cauquelin e Arthur Danto, mesmo não sendo uma arte que se define por ideais estéticos, pode-se encontrar algumas convergências que nos ajudam a definir um pouco mais o que a arte contemporânea seria. A título de exemplo, alguns pontos são apresentados como: o acento sobre a dissociação entre arte e estética, a não-expressividade do artista na obra, o ecletismo e a transgressão de materiais e a necessidade de recorrer a elementos além da obra para compreender seu *status* (SÁ, 2018). Esse último sendo parte essencial do pensamento que buscaremos aprofundar mais adiante. Segundo monitores e mediadores do museu de Inhotim, a arte contemporânea se define enquanto uma arte de hoje, interativa e que confere ampla autonomia ao público na atribuição de sentidos às obras (SÁ, 2018).

Ademais, um ponto central nas elucidações desses autores é a questão dos limites e fronteiras da arte. Essa relação nos é importante ao questionarmos como se medeia uma obra de arte que pouco distingue regras e normas. De maneira geral, a arte contemporânea ao mesmo tempo que busca se distanciar de padrões modernistas de exposição, depende das instituições e de outros aparatos para legitimar-se, aparatos esses constituídos pelo público que a experiencia, bem como pelas ferramentas digitais que fazem parte dessa realidade. Ao mesmo tempo, o papel do artista é deslocado à medida que sua relação com o público e com a instituição se coloca em um lugar de maior interação. Desse modo, a relação estabelecida se constrói em um processo de retroalimentação, no qual cada peça dessa engrenagem depende uma da outra para existir. Juliana V. Sá (2018) acrescenta sobre essa questão:

Esse traço tão ressaltado nas produções artísticas contemporâneas, que autoriza uma participação mais intensa do público na construção de sentidos da obra, remonta a um processo de transformação sócio-histórico, que altera a posição social do artista e, conseqüentemente, a relação dele com o público, da mesma forma que propõe alterações no padrão de criação artística (p.138).

Sendo assim, é necessário ressaltar que Inhotim, definido como museu de arte contemporânea, engendra uma busca pela co-participação na relação que estabelece entre si, o artista e o público. Logo, pensar esse lugar que o Instituto ocupa é pensar em uma encruzilhada de materialidades, afetos e experiências diversas que perpassa a forma como o museu se comportará diante dos desafios que a mediação desses espaços encontra atualmente.

Para além disso, outro ponto de destaque que contempla o que se pode perceber em museus de arte contemporânea – e especificamente em Inhotim – é o de ocupar espaços “fora do museu” (SÁ, 2018). Isso porque, a ideia de transgredir fronteiras se define, cada vez mais, no

momento em que a materialidade conceitual da obra ultrapassa a materialidade física. Como falado por Juliana V. Sá (2018), o questionamento das fronteiras da arte não se opera sem que se questionem as fronteiras do museu. Logo, entender Inhotim dentro desse contexto é imprescindível, para que se compreenda o pensamento que fundamenta sua prática de mediação. Em seu site da internet, o museu afirma:

O Instituto Inhotim exhibe de maneira permanente um acervo de arte contemporânea de excelência internacionalmente reconhecida. Percorrer seus jardins, galerias e obras externas em meio à paisagem propicia aos artistas e visitantes um modelo de exposição singular, em que arte e paisagismo se entremeiam para a criação de uma experiência conjunta e única. (INHOTIM, 2023.)

Com isso, para além de um museu, o Instituto apresenta seu jardim botânico como parte também desse lugar de experiência e produção das obras. A paisagem se entrelaça às obras, constituindo uma noção de arte que necessita das interações entre o público e o museu para que possa ser legitimada. Portanto, para compreender as complexidades que envolvem esse espaço, é necessário também entender o processo de construção e fundação do Instituto juntamente com as nuances que perpassam sua relação com o público que o visita e vive ao seu redor bem como com as obras ali expostas.



Foto 1: Foto/Reprodução Internet (Inhotim visto de cima)

4.1. O museu e suas relações

O museu a céu aberto, fundado inicialmente em 2002 com o nome de Instituto Cultural Inhotim, firmou-se na região de Brumado, no município de Brumadinho em Minas Gerais. À medida que foi se expandindo, o espaço ao seu redor foi sendo transfigurado de forma a modificar a noção de identidade da própria cidade na qual se fundou. Isso porque, ao longo dos anos, ao se consolidar enquanto museu de arte e jardim botânico, Inhotim passou a se tornar ponto central do lugar onde estava inserido, ao mesmo tempo que criou uma relação de co-dependência com a cidade de Brumadinho. As relações ali construídas são necessárias para que o museu possa continuar ativo, visto que a maioria de seus trabalhadores vêm da cidade ao redor. Além disso, a expansão cultural do Instituto, promoveu um crescimento turístico da cidade, o que possibilitou também um desenvolvimento maior da região.

Dessa maneira, ao se pensar na relação da cidade e do público com Inhotim, percebe-se alguns pontos que acabam por definir como será praticada a mediação ali. Isso porque, a lógica expositiva do museu é ferramenta definidora de quem terá acesso a ele, pois é ela quem articula estratégias de *marketing*, define os acervos e desenvolve diálogos com o público-alvo do espaço. Parte do que se pensa enquanto uma museologia inovadora vem desse ambiente de discussão ao redor do “para quem” é feito o museu. Martins (1997) fala sobre esse papel de construção do que ela chama de nova museologia:

A nova museologia caracteriza-se pela busca criativa e inovadora de alternativas museológicas mais de acordo com as mudanças que as sociedades experimentam na atualidade. Redefine o papel do museu na sociedade a partir de uma visão crítica e transformadora, possibilitando o surgimento do novo museu integral que devolve a condição de sujeito histórico à comunidade para a coleta, a preservação e a difusão de seu patrimônio cultural, gerando, assim, um processo de autogestão e liberação social. (MARTINS; TEIXEIRA, 1997 p. 157).

Partindo desse pressuposto para pensar Inhotim, será feito mais a frente uma análise da prática de mediação construída nas redes sociais. Entretanto, para que seja possível compreender esse lugar, é importante também reconhecer os processos históricos pelos quais o Instituto passou e em que lugar a ideia de identidade - daqueles ao redor, daqueles que visitam e daqueles que trabalham - interfere na lógica expositiva do que se desenvolve no museu.

O Instituto e a cidade

Na cidade de Brumadinho, certas tensões se edificaram quando o museu a céu aberto foi construído. Assim, é importante pensar que essas novas noções de museologia só poderão ser desenvolvidas a partir do momento em que seja compreendida a necessidade de se resgatar as memórias da população daquele território. Isso porque, as complexidades por trás do acesso ao museu se fazem presentes nas entrelinhas do esquecimento que parte da população brumadinhense sofreu ao longo dos anos. Ao mesmo tempo, a instituição consegue, para muitos jovens, proporcionar atividades educacionais e oportunidades de emprego, construindo novos significados em relação à população mais nova.

Assim, ao fundar-se em cima de um povoado da região, Inhotim trouxe para si uma série de questões que conflitam nesse contexto da contemporaneidade digital. Essas tensões se configuram na identidade do Instituto, em suas mais diversas formas, e contribuem para que a mediação ali praticada seja pensada em âmbitos variados. Webert F. De Souza (2021) demonstra como as questões de identidade determinam as ideias que se constroem por trás de Inhotim:

A expressão “além dos muros de Inhotim” formou-se inicialmente a partir das visitas nas escolas municipais, onde [...] se apontava a necessidade de se conhecer e redescobrir Brumadinho como algo muito além do Instituto. Apesar de reconhecer a importância cultural, econômica e turística do centro de arte contemporânea para com a cidade, diversas vozes da comunidade começaram a problematizar as questões de identidade local impostas pelo nivelamento da localidade a partir de um discurso unificado acerca de sua existência, nivelado apenas pela referência do Instituto Inhotim enquanto marco espacial e conceitual da localidade (DE SOUZA, 2021, p. 40).

Diante disso, é necessário entender como a comunidade ao redor contribui para que o museu produza, medeie e transite entre seus públicos. Resgatar as memórias do passado possibilita que o museu construa diálogos com o público que o visita atualmente, bem como possibilita a produção de novas formas de identidade. O Instituto buscou, com a diretoria chamada “Diretoria de Inclusão e Cidadania” (DIC) fundada em 2007, possibilitar uma maior interação com a população brumadinhense. A partir de projetos de acessibilidade e inclusão, a DIC constituiu também um centro de memória, com o intuito de resgatar a história do local onde a instituição foi concebida.

Com isso, se torna importante ressaltar que as imagens, como fontes inesgotáveis de história, fazem parte desse lugar de resistência e afirmação de identidades. Dessa forma, destaca-se a noção temporal que perpassa todas essas relações pois, o resgate das memórias daqueles que

fazem parte da história local, ao mesmo tempo em que as mídias digitais constroem novas possibilidades de afirmação e pertencimento, produzem complexidades culturais que irão definir a prática de mediação do museu. Essas questões, então, se mostram cada vez mais importantes de serem discutidas, uma vez que influenciam diretamente em como o espaço museológico será visto por aqueles que o visitam e vice-versa.

Desse modo, parte do questionamento que envolve essas novas formas de mediação vem da ideia do “para quem” o museu constitui seu acervo e também no “como” essas novas práticas se relacionam com o que se vê hoje em dia nas mídias sociais. Isso porque, o ambiente construído ali é definidor das experiências vividas não só por quem visita, mas por quem trabalha também, visto que nesse último caso sua maioria são moradores da região.

Nesse contexto, Sá (2018) corrobora ainda mais esse pensamento:

Por isso, participa de modo central da construção do acervo, a sua espacialidade como espaço socialmente produzido por um conjunto de práticas, valores, afetividades e materialidades diversas (p. 143).

Dessa maneira, ao se falar sobre a questão espaço-temporal do Instituto é importante pensar não só em seu ambiente físico, mas em todo o ambiente que envolve suas relações, como o digital.

Para além disso, reafirmar o espaço social do qual Inhotim faz parte, contribui para que seja possível analisar também como a relação entre os trabalhadores e o público com a noção de arte contemporânea se estabelece. Isso porque, para que possamos entender pontualmente o processo de mediação digital do museu com o público, bem como a maneira como o público lida com as obras que visita, é necessário perceber antes de que forma a arte contemporânea promovida pelo museu é lida socialmente ao seu redor e como as percepções que envolvem uma obra interferem na ideia do que é a obra propriamente dita.

O público e a arte contemporânea de Inhotim

Retomando o que foi dito no início do capítulo, a arte contemporânea constitui um lugar de conflitos no que diz respeito ao processo de definição de si mesma. Para muitos ainda é difícil compreender o que é e o que propõe essa noção de arte. Por isso, se mostra ainda complicado para muitos, entender parte do que compõe Inhotim.

Como definido por si mesmo, o museu e jardim botânico conta com a ideia de arte contemporânea para construir seus acervos. Logo, parte da proposta do Instituto vem de uma

imersão entre arte e natureza, a qual proporciona experiências sensoriais únicas, difíceis de serem encontradas em outros museus do país. Isso porque, muito da lógica expositiva se constrói a partir da busca de um deslocamento espaço-temporal daquele que o visita, fazendo com que as vivências ali produzidas se tornem parte do acervo, transformando o público em co-autor do que se experiencia. Tais aspectos podem ser percebidos à medida que as mídias sociais aumentam seu nível de participação nos processos de mediação, visto que a partir delas grande parte dos espectadores tem acesso às obras com as imagens disponibilizadas na internet, assim como se utilizam também desse meio para interagirem com o museu digitalmente. Esses aspectos serão melhor aprofundados no capítulo seguinte.

Entretanto, como colocado anteriormente, pode ser confuso para alguns espectadores – e até mesmo trabalhadores do local – o que é de fato a arte que ali está inserida. Essa questão é importante para se pensar os comportamentos desses sujeitos naquele espaço. Isso porque, a lógica modernista de exposição perpassa não só pela maneira em como o museu vai agir, mas em como os espectadores irão se relacionar com as obras ao seu redor. Esse processo de questionamento do que é a arte contemporânea por aqueles que a veem no museu é recorrente em relação a diversos públicos que visitam galerias com esse pressuposto. Juliana Sá (2018) em sua pesquisa realizada no Instituto, fala sobre o não contato das pessoas, de maneira geral, com a arte contemporânea.

As pessoas não têm, em sua maioria, contato com a arte contemporânea, não estão habituadas a ela, poucos possuem um entendimento do que seja, e o conceito de arte que possuem, de beleza e simetria, em formatos conhecidos como pintura e escultura, pouco condiz com a produção contemporânea. O estranhamento e o questionamento vêm de frases como “ah, isso não é arte; isso eu faço também”, bastante comum, segundo um educador (p. 141).

Desse modo, é relevante pensar esses aspectos uma vez que eles nos permitem entender as interações específicas do público com algumas obras. Inhotim possui também objetos de arte e galerias que se adequam a um estilo mais tradicional de apreciação como a galeria de Claudia Andujar que expõe suas fotografias em um espaço “neutro”. A partir disso, a análise das fotografias nas mídias sociais dos visitantes do Instituto com as obras de arte, por exemplo, faz com que o questionamento acerca da prática de mediação ali ocorrida seja ainda mais contundente. Isso porque as escolhas feitas pelos indivíduos em relação a qual obra fotografar, como fotografá-la e como se comportar diante dela, são ditados muitas vezes pelo próprio museu, em um processo de influência e incentivo nas redes sociais.

Portanto, é possível conceber então que os processos os quais envolvem a mediação em Inhotim se interligam atualmente por meio da digitalização da imagem e pela disseminação das redes sociais que se colocam nesse lugar de instrumentalização das relações. Dessa maneira, o próximo capítulo irá focar nesse contexto, em que as fotografias digitais são elementos importantes para que seja possível analisar o museu e seu acervo, bem como seus objetivos dentro da prática de mediação.

Entretanto, para exemplificar de maneira mais contundente o que buscamos analisar nas imagens relacionadas a Inhotim, analisarei um caso recente que demonstrou ativamente como as mídias sociais e a repercussão da obra interferem em como ela será lida e vista pelo público. A escultura *Diva* (2020) produzida pela artista plástica pernambucana Juliana Notari gerou diversas discussões que colocaram a obra em novos espectros de percepção.

Inaugurada no final de 2020 na galeria a céu aberto Usina da Arte na região de Água Preta em



Fotos 2 e 3: Obra “DIVA”
Intervenção na paisagem, na Usina de Arte (em Água Preta, Pernambuco, Brasil), 2020
Concreto armado, resina e pigmento
Dimensões: 33 x 16 x 6 m

Pernambuco. A obra foi desenvolvida com o objetivo de questionar os padrões patriarcais que envolvem a sociedade. A artista sempre propôs trabalhos com esse pano de fundo, utilizando diversas matrizes de produção como o próprio sangue da menstruação e objetos de uso ginecológico. Entretanto, foi a escultura em formato de vulva feita de resina e concreto armado que gerou polêmicas.

Residida em um espaço que se aparenta com Inhotim no que diz respeito a sua proposta de mesclar arte e natureza, a obra teve sua imagem publicada na rede social Facebook onde recebeu diversos comentários de repúdio. O debate que se construiu girou em torno não só da imagem representada pela obra (vulva), mas também de questões que envolviam o processo de construção da escultura. Dentro desse contexto, a utilização das redes sociais como o Instagram e o Facebook foram fundamentais para que a obra em si ganhasse a notoriedade que teve. As imagens que demonstravam o momento de produção e desenvolvimento da obra serviram de ferramentas para a atribuição de diversos outros debates que consolidaram a maneira como a obra passou a ser lida por diversas pessoas.

Assim, ao publicar uma fotografia mostrando a construção da escultura, a artista iniciou uma discussão para além do que ela buscava propor inicialmente. A imagem de trabalhadores negros cavando a escultura gerou polêmicas, uma vez que boa parte do público encontrou contradições em relação à proposta da obra com a realidade do trabalho em que foi feita. Para muitos, a imagem considerada problemática evidenciou ainda mais questões de desigualdade racial e social provenientes da colonização, um dos temas centrais que a autora buscou propor com a obra.

Entretanto, não pretendo aqui fazer juízos de valor sobre a discussão em si, visto que esse não é o cerne da análise a qual busco fazer. Assim, a questão que procuro apontar é a das mídias sociais enquanto ferramentas ativas na relação das pessoas com a arte contemporânea. Isso porque ao postar a imagem do processo em si, a obra deixou de ser apenas a escultura propriamente dita para ser também as discussões que a envolviam e as imagens publicadas.

Assim, esse lugar ocupado por *Diva* se assemelha a diversas outras obras expostas em Inhotim, uma vez que passam a ser o que são a partir do envolvimento do público com elas. A ideia de uma obra que se transforma a partir das mídias sociais modifica todas as noções tradicionais de mediação, ao passo que o próprio museu utiliza também dessas ferramentas para alcançar mais indivíduos.

Portanto, na próxima parte iremos analisar as fotografias digitais produzidas pelo público de Inhotim no Instagram, bem como as ferramentas que o próprio museu utiliza para desenvolver relações com os sujeitos que o visitam. Para isso, buscaremos uma metodologia baseada na investigação das *hashtags* utilizadas pelos visitantes e pelo Instituto. Essas servirão de base para abordar os processos que interligam imagem, sujeito e museu.



Foto 4: Foto/reprodução Instagram @juliana_notari

A mediação digital: Inhotim e o público

5. Em rede

A ideia de museu localizado em um espaço-tempo específico vem sendo desconstruída uma vez que a internet produz novas possibilidades de interação entre público, obra e instituição. Ao se pensar a contemporaneidade no contexto museológico, uma das questões mais contundentes gira em torno desse entre-lugar proporcionado pelas mídias sociais que reproduzem imagens e ampliam o espaço do museu para além de seus muros físicos.

A experiência a partir das mídias sociais passa a ser codificada a partir do momento em que a reprodutibilidade técnica da imagem se faz presente nas relações entre indivíduos e instituições. Dito isso, a construção de um pensamento teórico que pense essa nova era da tecnologia concomitante ao desenvolvimento cultural de uma sociedade, se mostra de extrema importância aos estudos da museologia pós-crítica. Isso porque, o museu enquanto instituição social e aparato educativo adentra essa nova perspectiva gerando uma série de transformações no âmbito da mediação à medida que se encontra nessa encruzilhada material a qual envolve a tecnologia e o público.

Assim, a escolha de Inhotim para análise dessas questões foi feita por enxergar nesse ambiente o atravessamento dessas disputas, visto que em tal espaço se fazem presentes expoentes da arte contemporânea brasileira e mundial. Para além disso, o Instituto se insere também no contexto digital, uma vez que se utiliza do Instagram para fomentar, expor e discutir seus acervos ao mesmo tempo em que possui em suas bases conflitos no espectro da memória e identidade do local - apontamentos trazidos no capítulo anterior.

Portanto, a partir de uma metodologia voltada para análise das imagens digitais postadas e reproduzidas no Instagram, se busca compreender de que maneira a mediação digital se estabelece no Instituto. Ademais, se procura também entender a relação das obras resididas no Instituto com as imagens produzidas na internet pelo público que o visita e por ele propriamente dito, analisando de que maneira elas são transformadas ao serem inseridas no

campo digital. A ideia aqui se concentra em analisar a realidade museológica estabelecida no século XXI, pois as transformações tecnológicas da sociedade estão intrinsecamente ligadas às transformações culturais da mesma, em um processo constante de mutação dos dispositivos de memória e identidade.

Portanto, é imprescindível que se considere os aparatos tecnológicos em concomitância aos aparatos museológicos, uma vez que não faz sentido separá-los do contexto sócio-cultural da arte. É a partir das imagens no Instagram que esse recorte será feito, construindo reflexões ao considerar a codificação da experiência como base fundamental do que ocorre hoje em dia.

Dewdney & Sluis (2023) colocam:

O modo de visão e imagem, estabelecido por meio da fotografia nos dois séculos anteriores, foi e continua sendo radicalmente reconfigurado por um híbrido de algoritmos, computação, dispositivos de captura e exibição programados e uma série de plataformas on-line. (DEWDNEY & SLUIS, 2023).

É então, por meio desse pensamento que a pesquisa se desenvolverá, partindo também de perguntas como: de que maneira o Instagram vem transformando as relações entre público e Inhotim? O que esses dispositivos tecnológicos estão fazendo com a ideia de memória?

5.1. O uso das *hashtags*

Em uma busca contundente sobre as imagens produzidas relacionadas ao Instituto Inhotim, foi percebido que o uso das *hashtags* nas legendas do Instagram consumou de diversas formas as experiências vividas no museu a céu aberto. É interessante notar que o incentivo feito pela instituição ao uso desses *links* nas imagens postadas se firma quando o público se coloca nessa relação de troca com o museu.

Assim, a utilização dos dados como forma de decodificação da experiência se coloca diante do público de maneira sutil — o uso de uma palavra pequena permite uma série de conexões — mas contribui para a reafirmação de comportamentos relacionados a arte. Isso porque, a ideia que prevalece, como visto anteriormente, ainda é a de uma arte a ser contemplada que se relaciona com uma concepção modernista de recepção.

Ademais, a análise das fotografias tanto expostas pelo museu como forma de divulgação do acervo tanto quanto as postadas pelo público será feita a partir de *hashtags* específicas, as quais servirão de base para as reflexões construídas ao longo do processo. É importante

ressaltar o pensamento de Byung Chul-Han (2022), que demonstra como os dados se tornaram aspectos fundamentais da sociedade atual.

Não é um mais em discurso e comunicação, mas um mais em dados e algoritmos inteligentes o que a otimização do sistema social promete: a *felicidade geral*. (CHUL-HAN, 2022, p.71).

Essa questão demonstra, sobretudo, que as redes sociais inseridas no contexto de dados e algoritmos determinam também as formas de relações dos indivíduos, relações essas com as mais diversas esferas e ferramentas da sociedade. Dentro disso, o museu enquanto aparato tecnológico-educativo de memória e identidade se desenvolve nesse espaço em um processo de retroalimentação com o público, uma vez que ambos produzem trocas em prol da divulgação dos acervos, afirmação de status, produção de memórias, reafirmação de identidades e etc.

A seguir, as imagens selecionadas servirão de base para demonstrar um pouco das reflexões feitas ao longo do texto, além de servirem de ferramentas para a construção de novos questionamentos. As *hashtags* escolhidas foram assim feitas por se perceber nelas um maior alcance no que diz respeito ao número de publicações que utilizaram esses tais links bem como na relação que o Instituto buscou construir com algumas delas.

#Inhotim #InhotimEVocê #InhotimInstitute

A primeira *hashtag* analisada foi a que trouxe o nome Inhotim e é a que possui maior número de publicações vinculadas. Com mais de 326 mil imagens, essa *hashtag* contém em si as mais diversas variações de conteúdo presente. Isso porque, ao fazer uma análise geral, concluímos que a relação entre *hashtag* e imagem não se resume apenas às fotos do público no Instituto. Há um aproveitamento do alcance gerado para a divulgação de outros aspectos — lugares, lojas, hotéis e restaurantes — presentes na cidade de Brumadinho. Com isso, vê-se de maneira prática a relação de co-dependência entre a cidade e o museu, em que ambos utilizam um do outro para o fortalecimento e divulgação de seus contextos.

O Instagram, como uma das ferramentas digitais centrais da sociedade atual, é consumido de maneira avassaladora, o que permite o seu uso para os mais diversos fins.

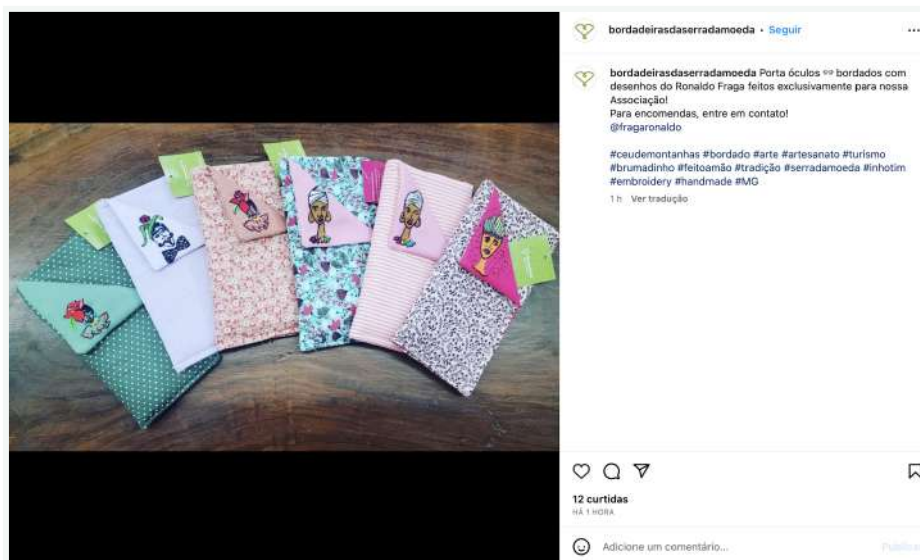


Foto 5: Foto/reprodução Instagram @bordadeirasdaserradaoeda



Foto 6: Foto/reprodução Instagram @chalezinhopousada

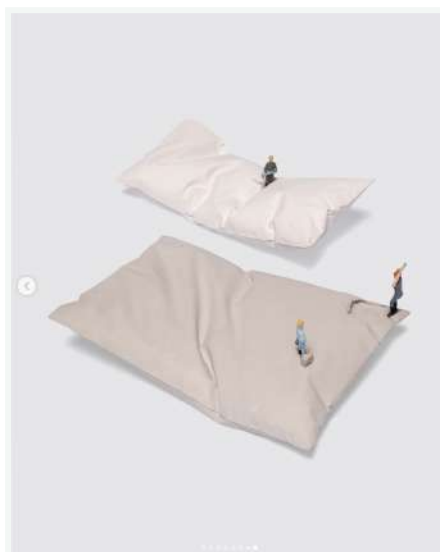
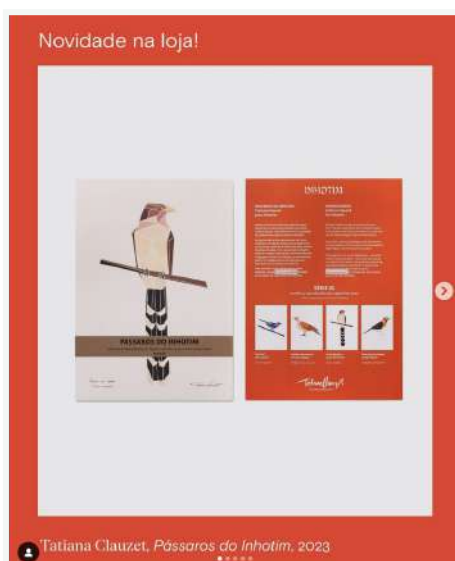
Diante disso, grande parte da população brumadinhense se aproveita dessa plataforma e do apelo simbólico que Inhotim possui para promover seus próprios negócios e até mesmo outras formas de artesanato — ou arte, se quisermos adentrar a discussão que envolve a diferença entre ambos. Isso denota de maneira contundente como o espaço de Inhotim se conflui com a

cidade que o cerca, em diferentes aspectos, mas sempre em um lugar de fortalecimento da região.



Foto 7: Foto/reprodução Instagram @premoldadosmatosinho

Além disso, o próprio Instituto utiliza dessa mesma *hashtag* por meio da página @inhotimloja para promover os produtos que comercializam ali. É interessante notar então, que o uso dessa plataforma digital se concentra não só nas formas de representação e afirmação de identidade do público – como veremos adiante. Tampouco se apresenta apenas como ferramenta de mediação por parte do museu.



Fotos 8 e 9: Foto/reprodução Instagram @inhotimloja e @t.cazulet / @inhotimloja e @dna.designart

Assim, as imagens são colocadas também de maneira mercantilista, utilizando a arte contemporânea residida em Inhotim como produto.

Parte do que propõem as imagens, juntamente com as legendas que as acompanham, é a busca por colocar Inhotim nesse lugar de deslocamento. Isso porque, ao utilizarem o lema “Leve Inhotim com você” como forma de incentivo às compras desses produtos de arte, o museu entende que sua história e proposta não se firmam apenas no espaço físico em que se construiu. A ideia de uma arte que pode ser levada consigo traz a Inhotim a possibilidade de explorar novas perspectivas das próprias obras que constituem seu acervo. A impressão das mesmas em tecidos para vender, ou em caixinhas de fósforo colecionáveis e até mesmo a busca por artistas que propõem um tipo de arte mais comercial, faz parte da estrutura de mediação que o Instituto condensa.

Um exemplo prático disso, é a utilização da imagem da obra *Celacanto provoca Maremoto* (2004-2008) de Adriana Varejão como estampa para diversos outros objetos. A obra da artista, construída em formato de instalação na galeria dedicada às suas obras, é deslocada de seu contexto e transformada quando reproduzida em outros objetos, bem como na imagem digital postada no Instagram. A possibilidade de se ter essa obra — mesmo que em um aspecto diferente da original — conduz novas formas de compreensão da mesma por parte do público. Além disso, a imagem quando publicada promove ainda mais o deslocamento do contexto original para esse criado pelo museu. Muitas das vezes a obra será percebida e reconhecida pelas suas reproduções, visto que o acesso a mesma é facilitado quando colocada na internet.



Foto 10: Foto/reprodução Instagram @inhotimloja e @allumettes.



Fotos 11 e 12: Foto/reprodução Instagram @inhotim

Essas questões ressaltam mais uma vez como a prática de mediação de um museu como Inhotim é complexa, uma vez que todos esses processos fazem parte de uma escolha feita de forma prática de como a instituição decide lidar com o público — tanto o que visita fisicamente como o que o conhece virtualmente — e com as obras contidas em seu acervo. A página do museu se utiliza também da #Inhotim para promover seu acervo e explicações sobre as mais diversas obras e galerias espalhadas no local.

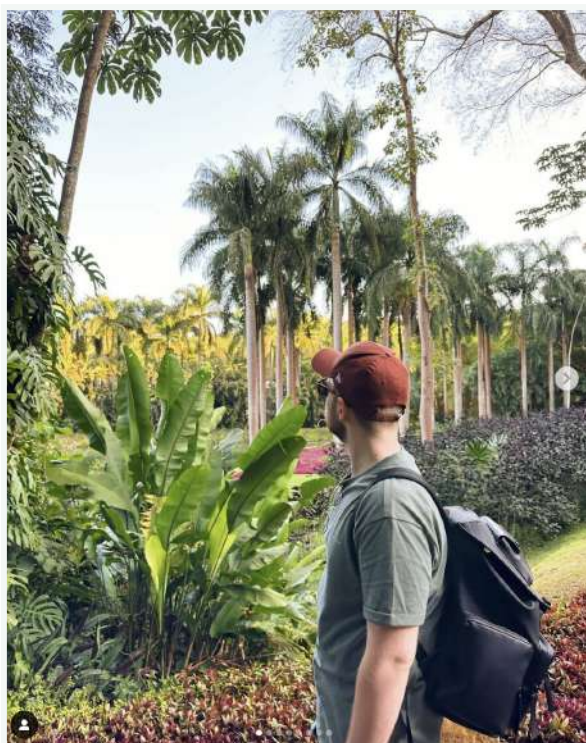
Diante disso, é possível perceber que a maneira como o museu direciona suas publicações, seja nas imagens reproduzidas, ou até mesmo nas legendas explicativas, é pensada em como o público irá receber aquelas informações. Isso porque Inhotim procura não só postar fotografias de seu acervo de arte e botânica, mas também desenvolver meios de aproximar o público desse olhar sobre o Instituto. Com isso, incentiva publicações que demonstrem os indivíduos ali naquele espaço, bem como desenvolve ferramentas para trazer para perto ainda mais essa noção de identidade entre público e museu. Assim, um desses aparatos utilizados é a hashtag #InhotimEVocê, que condensa em si a busca pela personalização de cada experiência no Instituto, mesmo que as imagens publicadas façam parte de um mesmo formato.



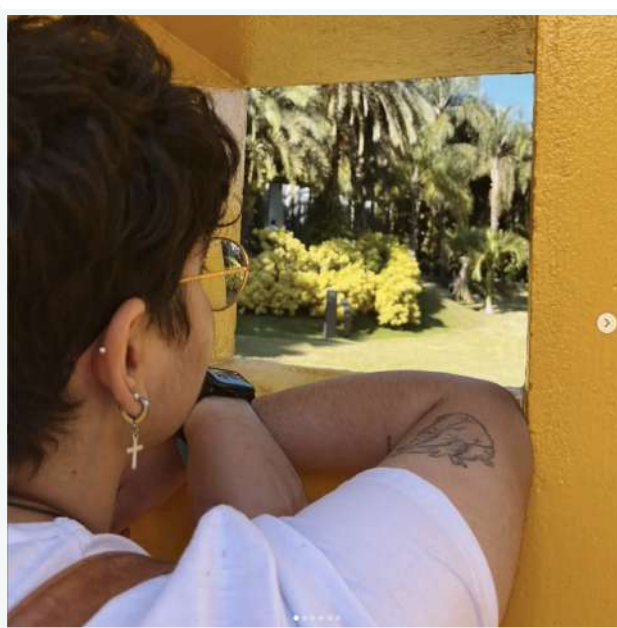
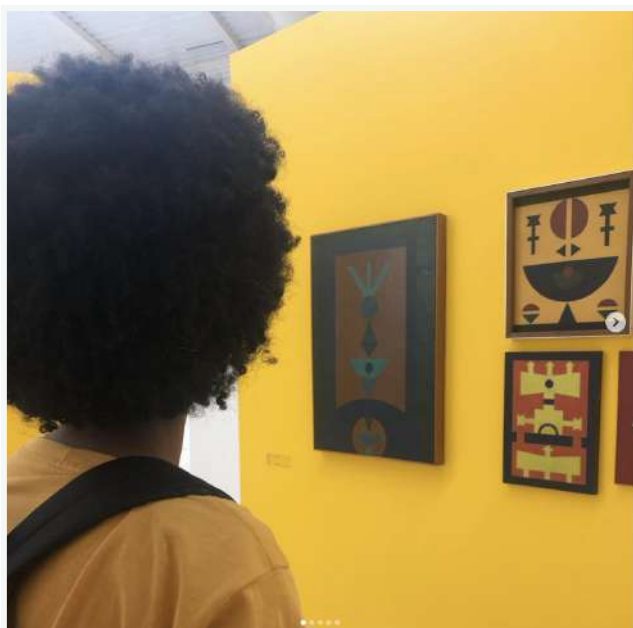
Fotos 13 e 14: Foto/reprodução Instagram @inhotim

Dessa forma, é importante ressaltar o condicionamento do público para os tipos de fotografias que postam nas redes. Isso se demonstra, cada vez mais, ao analisar as publicações feitas pelos visitantes em comparação às colocadas pelo próprio Instituto em sua página na plataforma. As imagens se formam a partir de uma série de elementos que possibilitam ao indivíduo a confirmação de seu lugar no museu. Com isso, é perceptível a ideia do Instituto de se mesclar com o indivíduo que o visita, uma vez que propõe e divulga retratos dos sujeitos fazendo parte da paisagem de Inhotim, sendo ela uma paisagem natural — como parte dos jardins — seja ela sendo uma paisagem construída — como as instalações, galerias, intervenções etc. As imagens 13 e 14 foram publicadas pela página do museu, de forma a compartilhar e incentivar formas de se fotografar e portar-se no espaço de Inhotim.

Diante desse contexto, as imagens expostas pelo público visitante carregam entre si elementos muito comuns e que demonstram as peculiaridades do museu a céu aberto. O conjunto de aspectos que configura a realidade virtual da imagem se concretiza não só pelas figuras visuais, mas também pelas legendas colocadas onde as *hashtags* encontram seu espaço. A seguir estão dispostas algumas imagens publicadas por indivíduos que visitaram o museu e nela poderemos analisar diversos pontos que reafirmam esse processo de troca entre museu e público e para além, reafirmam a busca de Inhotim por mesclar sujeito e obra.



Fotos 15 e 16: Foto/reprodução @cescodavila/@debyzinhaaaaa_ (acima)
Fotos 17 e 18: Foto/reprodução @the_kween_ju / @anandagaleti (abaixo)



Fotos 19 e 20: Foto/reprodução @julianealvees_/ @josy_boresca (acima)
Fotos 21 e 22: Foto/reprodução @aryannesouzam/ @meldiocre (abaixo)

A partir então das reflexões construídas ao longo do texto, é possível conceber de forma prática alguns desses pontos inicialmente expostos. Observar as imagens do Instagram com um olhar mais cauteloso é necessário para que se possa entender de que maneira o Instituto Inhotim é percebido pelo público que o visita. Isso porque, a imagem em rede se insere em

um contexto de reprodutibilidade, temporalidade e espaço muito distinto em relação à imagem analógica que tinha em si princípios de representação bem definidos. Dewdney & Sauis (2023) trazem à tona questões que nos permitem enxergar esse novo contexto do século XXI, em que a digitalização da imagem, da representação e do indivíduo por meio da interconexão de dados tem sua lógica transformada, cada vez mais.

As imagens continuam a representar, mas agora os processos de significação são reorganizados em um sistema não-representacional de capitalismo computacional por meio de processos de extração, abstração e financeirização da cultura (DEWDNEY & SLUIS, 2023, p. 5)

Essa realidade traduz como as relações, as quais constroem a imagem em rede, são atravessadas por uma série de aspectos que não se concentram apenas no que se vê. Com isso, ao analisar as imagens trazidas anteriormente é possível notar a interconexão que elas possuem entre si, mesmo que na realidade material as histórias por trás não tenham ligação.

Diante disso, é interessante perceber um padrão comportamental das pessoas nas imagens representadas. Dentro da plataforma que estão inseridas, a busca por reafirmação identitária se constrói diariamente no engajamento e incentivo de *posts* que demonstrem quem você é, independente da maneira. Dessa forma, não seria diferente na relação do público com o museu essa mesma perspectiva, em que a dinâmica presente interfere em como as obras e o espaço museológico será visto.

Portanto, uma das primeiras questões levantadas é a do formato da imagem. A plataforma do Instagram determina alguns tipos específicos de formato de fotografia, o que delimita contundentemente o aspecto geral dessas imagens. Nas fotos 15 a 18 e nas 19 a 22 se constrói essa perspectiva, que alimentada pelo Instituto propõe que o indivíduo explicita seu aspecto contemplativo e observador das obras. Assim, essa ideia de retrato — a qual é o formato principal determinado pelo Instagram — se sobrepõe às outras formas de postagem, o que coloca os indivíduos ali presentes como protagonistas das mesmas. Essa característica se destaca a partir do momento em que se percebe a obra como paisagem do ambiente. Nesse aspecto, o que se vê é uma composição fotográfica que distribui os outros elementos em contraposição ao sujeito que contempla/observa. A partir disso, se percebe então nas imagens que a tentativa de Inhotim em mesclar obra e público com suas galerias e jardins espalhadas das mais diversas maneiras é respaldada pelas imagens publicadas por aqueles que visitam o museu a céu aberto. Ali se percebe os jardins em concomitância com as obras de maneira que os comportamentos diante desses não se diferencia.



Foto 23: foto/reprodução Inhotim (parte interna da galeria Claudia Andujar)

Ademais, é interessante notar como o próprio Instituto é percebido como obra. As galerias e espaços externos muitas vezes são retratados nesse mesmo lugar que as obras propriamente ditas são fotografadas com o ocorrido na imagem 20. Nela o indivíduo presente está inserido na parte externa da galeria que contém o acervo de Claudia Andujar. Esse espaço se consolida dentro de uma lógica modernista uma vez que apresenta em si um formato de exposição muito comum internamente: paredes brancas, quadros dispostos nas paredes, bancos localizados no meio do salão para contemplação. Assim, o que chama a atenção na imagem publicada é de fato então o entendimento do edifício que contém a obra como obra também. Isso é o que a arte contemporânea desenvolvida em Inhotim se dispõe a evidenciar: ali tudo é arte, inclusive você.

Uma segunda questão notória nas imagens analisadas é que, em sua grande maioria, a pose dos sujeitos fotografados é de contemplação do que se vê. Isso como resquício de uma ideia de arte que deve ser observada é bastante presente no entendimento das pessoas que visitam o museu. Entretanto, a contradição se elenca nessa relação uma vez que, como dito anteriormente, algumas obras ali presentes não se encaixam nessa lógica. Assim, para exemplificar esse ponto peguemos imagens relacionadas às duas obras muito publicadas nos

perfis do público em geral: *Sonic Pavillon* (2009) de Doug Aitken e *Celacanto provoca maremoto* (2004-2008) de Adriana Varejão.



Fotos 24 e 25: foto/reprodução Instagram @ruleandro/ @natyvasconcelos



Foto 26: foto/reprodução Instagram @karyenfs



Fotos 27 e 28: foto/reprodução Instagram @marquiteto/ @lucianoaribeiroo

A primeira obra consiste em um espaço construído pelo artista o qual é composto por paredes de vidro, piso de madeira e uma rampa interna que dá acesso ao centro do pavilhão. No centro há um grande poço tubular de 202 m de profundidade revestido de microfones e aparelhos de captação e ampliação sonora. Assim, ao adentrar o ambiente, o público é invadido pela sonoridade emanada do buraco presente no chão. Além disso, o vidro que reveste a parede se volta para a paisagem ao redor, onde é possível observar os morros que contornam o Instituto. Dentro disso, a obra é constituída pelo som e pela experiência que se desenvolvem ali dentro. Entretanto, como captar o som em uma imagem? Como demonstrar por meio de uma fotografia uma obra essencialmente experimental? Esses são questionamentos que se colocam diante do público, que transforma a obra para além da experiência sensorial que se tem ao estar ali. A obra passa a ser sua construção, o jardim ao seu redor, as pedras que fundam o piso e as pessoas que se colocam ali. Essa nova perspectiva caminha para um lugar muito parecido com o que foi visto na obra *Diva* do capítulo anterior. A ideia do que ela é ultrapassou a intencionalidade do artista e se tornou também aquilo que o público quis que ela fosse: um edifício esteticamente agradável, imerso em uma paisagem diferente de tudo o que se vê normalmente, dentro de um espaço que possibilita a experiência visual.

Ademais, a obra de Adriana Varejão consiste em um mural que ocupa as quatro paredes da parte de cima de sua galeria. Diante desse contexto, a obra se constrói com a junção desses quatro elementos. Entretanto, ao se observar as imagens publicadas na internet, vê-se uma tendência de publicação da obra em uma parte específica. Assim, de alguma forma a obra é repartida em pedaços para serem postados em um movimento de reconfiguração do que é a obra em si. Isso porque, como percebido nas imagens 26 e 27, os indivíduos se colocam diante das junções de duas das paredes. A instalação não se restringe apenas a essa parte, porém é ressignificada a partir do momento em que é postada nessa conjuntura. Passa então a ser construída uma nova imagem da obra, onde a mesma se transforma também na imagem postada, nas impressões feitas pelo público e no conceito estético que ela carrega.

Com isso, é importante notar a semelhança entre imagens publicadas por indivíduos diferentes. Isso demonstra um processo de retroalimentação concebido pelos usuários da plataforma, os quais publicam imagens que influenciam outros que por sua vez publicam as mesmas de maneira semelhante, constituindo comportamentos nas plataformas digitais que se repetem constantemente.

Portanto, a imagem se torna responsável então pela disseminação de signos e símbolos da sociedade, em que os indivíduos participam desse processo. Crary (2012) elucida:

Assim como Marx disse a respeito do dinheiro, a fotografia também é uma grande niveladora, um agente democratizador, um “mero símbolo”, uma ficção “sancionada pelo pretenso consenso universal da humanidade”. (p. 22)

Dessa maneira, trazendo à realidade digital o que foi falado pelo autor, as imagens fazem um papel social de demarcação identitária, de status e como observado contundentemente nas imagens em Inhotim fazem um papel de reprodução comportamental. Isso porque, a ideia de experienciar a arte contemporânea se coloca em um lugar onde os indivíduos buscam validar suas percepções a partir das dos outros, em que as publicações e reproduções das imagens nas redes se tornam ferramentas fundamentais para esse contexto.

O Instituto, dentro dessa perspectiva, se insere nesse espaço como agente reprodutor desses comportamentos, de maneira a divulgar seu acervo, mas também a mercantilizar suas obras — como visto com a produção de objetos estampados, produções de artistas para a loja do museu etc. Isso porque, a arte contemporânea, como percebida pelo museu, constrói diversas possibilidades de percepção e agência tanto da instituição que medeia quanto do público que recebe.

6. Considerações finais

As relações entre público e museu se transformam concomitante ao decorrer das mudanças tecnológicas da sociedade. É interessante notar, diante das reflexões aqui propostas, que esse campo de busca pelo entendimento da prática de mediação nesse contexto ainda é muito novo. O século XXI marca uma era tecnológica e desloca o público de seu papel convencional na relação com o museu e a obra de arte.

Essa nova conjuntura permite que olhemos para as imagens de uma perspectiva que transcende a ideia de representação. Hoje, é possível perceber a imagem em rede como elemento modelador das relações que se constroem na sociedade, pois é a partir da mesma que os indivíduos se interconectam. Assim, as redes sociais se apresentam como detentoras do poder de consumo e reprodução das mesmas, determinando padrões de comportamento, identidade e recepção.

Sendo assim, a análise dessas relações no contexto de arte do Instituto Inhotim vem na tentativa de perceber como os museus da nova era estão lidando com esse novo lugar que ocupa na sociedade. Isso porque, a lógica expositiva prevista até pouco tempo atrás admitia o público como sujeito receptor do conhecimento, aquele que contempla a obra. Entretanto, com o crescente desenvolvimento da arte contemporânea, essa realidade modificou-se, uma vez que a noção de obra passou a extrapolar os limites do que era visto. Além disso, a internet subverteu a ideia de imagem e representação em que a primeira existia dentro do contexto que a segunda suscitava.

No contexto do Instituto, a constituição histórica de seu espaço físico foi determinante também para a forma como ele foi consolidado no campo da arte brasileira. A realidade que envolve a cidade e o museu se interconectam, à medida que ambos dependem um do outro para continuarem existindo. A internet se coloca aqui como ferramenta necessária para firmar o compromisso de Brumadinho com o museu e vice-versa, em um lugar de reprodução contínua das imagens que representam um ao outro.

Portanto, é partindo desses pressupostos que foi possível identificar na prática de mediação em Inhotim a busca pela construção identitária com o público que o visita. Isso porque, com a plataforma do Instagram, a reprodução das obras, do espaço e de tudo o que é construído no museu passou a fazer parte de uma realidade digital em que a experiência também se concretiza ali. Dessa forma, instituições como o museu a céu aberto precisam voltar seu olhar

a essa esfera da mediação se procuram divulgar seu acervo, bem como alcançar novas perspectivas.

Ademais, a lógica expositiva que se desenvolve no museu de Minas Gerais desloca o público para um papel central na construção do acervo. As imagens publicadas fazem parte de um processo de retroalimentação das vivências, uma vez que expõem o espaço e as obras contidas no museu. De maneira geral, a realidade digital apresentada ao público garante acessibilidade àqueles que não podem comparecer presencialmente, mas também engendra a transformação das obras ali expostas. Isso porque, a obra de arte não se limita mais ao que é como material físico, mas se torna também as transformações, percepções e reproduções que acontecem com a imagem digital.

Assim, questões de identidade e comportamento se apresentam nesse contexto como elementos circundantes das relações do museu com seu público. Esses aspectos são percebidos nas imagens que reproduzem certos padrões e delimitam o seu *status* nessa plataforma. Diante disso, Inhotim busca como ambiente de arte contemporânea mesclar-se com seu público e apropriar-se dessas plataformas de forma a transformar seu espaço, cada vez mais. É possível perceber nas imagens relacionadas a esse lugar como os mecanismos de tecnologia que determinam como a arte de hoje será vivida e pensada. Para além disso, possibilitam entender o contexto crítico que se desenvolve por trás dessas relações.

Dessa maneira, as questões aqui apresentadas demonstram que ainda há muito a ser estudado no campo da museologia no intuito de compreender as nuances que envolvem essas relações. A tecnologia, à medida que transforma a sociedade, nos coloca a necessidade de reavaliação das práticas de mediação e do entendimento acerca do papel do público na arte. Portanto, mesmo que algumas questões se coloquem em um campo muito complexo de ser explorado, é importante ressaltar que a mediação digital em um museu como Inhotim faz parte da realidade que se apresenta no campo das artes visuais. As visualidades definem de diversas maneiras as relações estabelecidas na sociedade.

REFERÊNCIAS:

ALVES, Maria Fernanda. Entre tradições e contemporaneidades: apontamentos teóricos sobre Inhotim e a diretoria de Inclusão e Cidadania. **Revista Cultura Histórica e Patrimônio**. Alfenas, MG, vol. 03, n.2, 2016, p. 74 - 97.

CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea**: uma introdução. São Paulo, SP: Editora Martins Fontes, 2005.

CHUL-HAN, Byung. **A Salvação do Belo**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2019.

CHUL-HAN, Byung. **Infrocracia**: digitalização e a crise da democracia. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2022.

CHUL-HAN, Byung. **Sociedade Paliativa**: a dor hoje. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

CRARY, Johnathan. **Técnicas do observador**: visão e modernidade no século XIX. Rio de Janeiro, RJ: Editora Contraponto, 2012.

DANTO, Arthur C. **Após o fim da arte**: a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo, SP: Editora Odysseus, 2006.

DEWDNEY, Andrew; WALSH, Victoria. Da diversidade cultural aos limites do modernismo estético. Políticas culturais da coleção nacional, mecanismos de exposição e exibição. **Periódico Permanente**, n.6, fevereiro, 2016.

DEWDNEY, Andrew. The networked image: the flight of cultural authority and the multiple times and spaces of the art museum. In.: LEWI, Hanna; SMITH, Wally; VOM LEHN, Dirk; COOKE, Steven. **The Routledge International Handbook of New Digital Practices in Galleries, Libraries, Archives, Museums and Heritage Sites**. New York, NY: Routledge, 2020, p. 68 - 81.

DEWDNEY Andrew; DIBOSA, David; WALSH, Victoria. **Post-Critical Museology: Theory and Practice in the Art Museum**. New York, NY: Routledge, 2013.

DEWDNEY, Andrew; SLUIS, Katrina. **The networked image in post-digital culture**. New York, NY: Routledge, 2023.

DE SOUZA, Webert. Inhotim: um retrato na parede? In.: PEREIRA, Denise. **História: Espaços, por, cultura e sociedade**. Ponta Grossa, PR: Editora Atena, 2021, p. 37 - 47.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante da Imagem**. São Paulo, SP: Editora 34, 2013.

FERREIRA, Ana Isabela; MELLO, Márcia. A tríade de inhotim: a paisagem como imagem do lugar. **Revista Forma Urbana: rupturas e continuidades**. Goiânia, vol.1, n.1, Seminário Internacional de Arquitetura, Tecnologia e Projeto, 03 - 05 nov., 2014, p. 276 - 288.

HONORATO, Cayo. A museologia pós-crítica segundo o *Tate Encounters*. **Mouseion**, Canoas, n. 33, ago. 2019, p. 93 -107.

JIMENEZ, Marc. **A querela da arte contemporânea**. Lisboa: Editora Orfeu Negro, 2021.

KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer história com imagens: arte e cultura visual. **Revista ArtCultura**. Uberlândia, vol.8, n.12, jan-jun., 2012, p. 97 - 115.

MARTINS, Maria Helena Pires. Ecomuseu. In: COELHO, Teixeira (Org.). **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997. p. 157-164.

O' DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco: a ideologia do espaço da arte**. São Paulo, SP: Editora Martins Fontes, 2002.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo, SP: Editora 34, 2005.

RODLEY, ED. The distributed museum is already here: it's just not very evenly distributed. In.: LEWI, Hanna; SMITH, Wally; VOM LEHN, Dirk; COOKE, Steven. **The Routledge International Handbook of New Digital Practices in Galleries, Libraries, Archives, Museums and Heritage Sites**. New York, NY: Routledge, 2020, p. 81-92.

SÁ, Juliana Veloso. Margens da arte contemporânea: um estudo de caso em Inhotim (Minas Gerais). **Revista Simbiótica**. Espírito Santo, vol.5, n.1, jan.-jun., 2018, p. 130 - 145.

SÁ, Juliana Veloso. **Entre os públicos e a espacialidade: um percurso pela recepção da arte contemporânea em Inhotim**. 2014, 205 f. Dissertação de mestrado. Departamento de Sociologia, UnB. Brasília, 2014.

LINKS:

EDUCATIVA MUSEU NACIONAL. **3º Ciclo - Webnário Leno Veras: Como a internet está transformando os museus?**. YouTube, Transmitido ao vivo em 31 de maio de 2023. Disponível em <www.youtube.com/watch?v=CGBoDnuPEw4>

Sem autor. **SOBRE**, Inhotim, 2023. Disponível em <<https://www.inhotim.org.br/institucional/sobre/>> Acesso em 26 de junho de 2023.

Sem autor. **ARTE CONTEMPORÂNEA**, Inhotim, 2023. Disponível em <<https://www.inhotim.org.br/institucional/arte-contemporanea/>> Acesso em 26 de junho de 2023.