

# CURADORIA DIGITAL

POR UMA AUTONOMIA DA EXPOSIÇÃO DE ARTE NA INTERNET

Ebenezer Takuno de Menezes



# **CURADORIA DIGITAL**

POR UMA AUTONOMIA DA EXPOSIÇÃO DE ARTE NA INTERNET

Ebenezer Takuno de Menezes

FUNDAÇÃO NACIONAL DE ARTES  
**funarte**  
MINISTÉRIO DA CULTURA

São Paulo  
2011



A todos que encontraram na arte  
um sentido essencial para a vida!



# Agradecimentos

Nas descobertas, quase sempre, precisamos nos permitir confrontar com o diferente, aquilo que abala nossas convicções. Frente ao inesperado, àquilo que não é familiar, temos a chance de nos encontrar com algo que nos falta e, ao mesmo tempo, nos completa. Eis uma chance de diálogo quase sempre com a expressão humana, seja na literatura, nas artes visuais, no cinema ou em outras manifestações carregadas de sentido. Nesse universo de encontros e desencontros, nunca estamos sozinhos e precisamos agradecer.

Ao Governo Federal, ao Ministério da Cultura e à Funarte - Fundação Nacional de Artes, por me concederem a Bolsa Funarte de Produção Crítica sobre Conteúdos Artísticos em Mídias Digitais/Internet e permitirem a continuidade da minha pesquisa sobre arte, internet e museus.

Aos professores e pesquisadores Lisbeth Rebollo Gonçalves e João Augusto Frayze-Pereira, ambos da USP, por me iniciarem nas reflexões estéticas e por me acompanharem pelo mestrado no PROLAM USP (Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina). Aos professores da FFLCH, da ECA e do curso Gestão da Comunicação da USP, que também colaboraram com a minha formação, com a bibliografia utilizada e com abordagens decisivas em torno da internet, da comunicação, das artes e da cultura.

Aos profissionais Ademir José Maschio, coordenador do núcleo de informática do Museu Lasar Segall, Ana Marysa de Souza Santos, arquiteta

de informação e pesquisadora, Carla Regina de Oliveira, assessora de imprensa da Pinacoteca do Estado de São Paulo, Claudia Vada Souza Ferreira, historiadora e gerente cultural da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano, Fernando Lopes, coordenador de exposições do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura, Julie Belfer, coordenadora de negócios e marketing do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo, Lucas Rottgering, do departamento de marketing do MAM, Maria Alexandra Ferreira Gomes, estudante de Relações Públicas, Mônica Candido, jornalista, Patrícia Canetti, artista multimídia e criadora do Canal Contemporâneo, Renata Toledo Geo, gerente de comunicação e relacionamento do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, Sérgio Miranda, jornalista do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, Selene Cunha, socióloga e assessora de comunicação do Museu Lasar Segall, Thomás Vasconcellos de Freitas Levy, assessor de imprensa do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo, pelas informações e contribuições nos diversos contatos e entrevistas.

À Flávia Esteves, administradora cultural da Funarte, pelos inúmeros esclarecimentos sobre o edital da bolsa, além de dedicação no acompanhamento de cada etapa.

À jornalista, historiadora, empresária e companheira Thais Helena dos Santos, pelas ideias, apoio incondicional e diversas contribuições.

À minha família, por serem amigos e compreensivos em todos os momentos.

A todos, agradeço carinhosamente.

# RESUMO

MENEZES, Ebenezer Takuno de. *Curadoria digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. Obra selecionada pela Bolsa Funarte de Produção Crítica sobre Conteúdos Artísticos em Mídias Digitais/Internet. São Paulo: Funarte - Fundação Nacional de Artes, Ministério da Cultura, Governo Federal, 2010.

Esta pesquisa investiga o processo de publicação de obras de arte na internet, tendo como objetivo definir parâmetros para um trabalho museológico mais autônomo diante da tecnologia. Considerando a exposição digital dos museus paulistanos e suas práticas de difusão de informações em seus sites institucionais, questionamos os processos a partir de teorias da Comunicação e estudos da Estética. Através do método dialético e do diálogo com os profissionais dos museus, além de análise e testes dos sites por usuários, vamos desvendar as contradições existentes e tentar explicar os resultados de um trabalho articulado com as novas tecnologias da informação. Mais do que dar respostas ou oferecer regras procedimentais para construir e manter um site na internet, a proposta é compreender os processos realizados, fazendo emergir o que poderíamos chamar de curadoria digital das obras de arte, uma ação museológica interdisciplinar capaz de integrar o campo das Artes, da Comunicação e das novas tecnologias.

**Palavras-chave:** museu, arte, curadoria digital, exposição, internet, comunicação.



# SUMÁRIO

<b>LISTA DE IMAGENS.....</b>	<b>13</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO I O ESPAÇO DO MUSEU E A CENA DIGITAL.....</b>	<b>27</b>
1.1. O papel das curadorias.....	28
1.2. Outra existência possível.....	32
1.3. Espaço formador de comunicação .....	37
1.4. O ato criador da obra em cena digital .....	39
1.5. Relativizar para legitimar o digital .....	44
<b>CAPÍTULO II METODOLOGIA E OBSERVAÇÃO DOS SITES.....</b>	<b>47</b>
2.1. Dialética da cultura digital .....	48
2.2. Reconstrução empírica dos museus.....	52
2.3. Diálogo com os profissionais .....	55
2.4. Diálogo com os sites ou “Checklist da Curadoria Digital” .....	57
2.5. Diálogo com os usuários .....	62
<b>CAPÍTULO III PARÂMETROS DE UMA AUTONOMIA.....</b>	<b>73</b>
3.1. O espaço institucional do museu .....	74
3.2. Obra de arte em cena digital.....	94
3.3. Interatividade e redes sociais.....	118
3.4. Desafios e recomendações .....	121
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>127</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>131</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>135</b>
ANEXO Entrevista com Ademir José Maschio .....	137
ANEXO Entrevista com Carla Regina de Oliveira.....	141
ANEXO Entrevista com Claudia Vada Souza Ferreira .....	144
ANEXO Entrevista com Fernando Lopes .....	146
ANEXO Entrevista com Julie Belfer.....	149
ANEXO Entrevista com Renata Toledo Geo.....	151
ANEXO Entrevista com Sérgio Miranda .....	156
ANEXO Entrevista com Thomás Vasconcellos de Freitas Levy.....	160
ANEXO Patricia Kunst Canetti.....	162
ANEXO Teste dos parâmetros – MAC USP.....	165
ANEXO Teste dos parâmetros – MASP .....	173



# LISTA DE IMAGENS

Imagem 1	Página inicial da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano.	78
Imagem 2	Página inicial do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.	78
Imagem 3	Página inicial do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura.	79
Imagem 4	Página inicial do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.	79
Imagem 5	Página inicial do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.	80
Imagem 6	Página inicial do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.	80
Imagem 7	Página inicial do Museu Lasar Segall.	81
Imagem 8	Página inicial da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	81
Imagem 9	Parâmetro “Cadastro para newsletter, boletim ou informativo com pelo menos o campo de e-mail para ser preenchido” no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	83
Imagem 10	Parâmetro “Cadastro para newsletter, boletim ou informativo com pelo menos o campo de e-mail para ser preenchido” no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.	85
Imagem 11	“Mapa de como chegar ao museu” no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo, além de dicas sobre meios de transporte e horários de pico.	87
Imagem 12	Parâmetro “Serviço de busca no acervo da biblioteca” presente no site do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.	87
Imagem 13	“Loja virtual do museu”, parâmetro presente no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	89
Imagem 14	“Notícias do museu publicadas em jornais, revistas etc.”, parâmetro presente no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.	91
Imagem 15	Obra em cena digital no site da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano.	100
Imagem 16	Obra em cena digital no site da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano.	100
Imagem 17	Obra em cena digital no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.	101

Imagem 18	Obra em cena digital no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.	101
Imagem 19	Obra em cena digital no site do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura.	102
Imagem 20	Obra em cena digital no site do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura.	102
Imagem 21	Obra em cena digital no site do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.	103
Imagem 22	Obra em cena digital no site do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.	103
Imagem 23	Obra em cena digital no site do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.	104
Imagem 24	Obra em cena digital no site do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.	104
Imagem 25	Obra em cena digital no site do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.	105
Imagem 26	Obra em cena digital no site do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.	105
Imagem 27	Obra em cena digital no site do Museu Lasar Segall.	106
Imagem 28	Obra em cena digital no site do Museu Lasar Segall.	106
Imagem 29	Obra em cena digital no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	107
Imagem 30	Obra em cena digital no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	107
Imagem 31	“Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.	113
Imagem 32	“Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.	113
Imagem 33	“Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.	114
Imagem 34	“Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.	114
Imagem 35	“Exposição digitalizada ou visita virtual” da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	115
Imagem 36	“Exposição digitalizada ou visita virtual” da Pinacoteca do Estado de São Paulo.	115
Imagem 37	“Glossário com termos do campo da arte” está presente no MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.	117

Imagem 38	Na primeira página do MAC USP, temos cinco imagens, sendo quatro clicáveis (três para informações da exposição e uma para Contemporânea, a revista digital do MAC USP) e a outra integra a base do menu à esquerda. A primeira é de uma obra não identificada da exposição Entre Atos 1964/68. A segunda, também não identificada, é da Coleções Sob Guarda Provisória, outra exposição. A terceira é da exposição Cidades Imaginadas. A quarta imagem, do menu à esquerda, é uma foto do edifício do MAC na USP. A quinta imagem, da revista, é uma pequena capa da publicação com a fotografia preto e branco A Testemunha, de Gilbert Garcin. Registro em 04/03/2010.	168
Imagem 39	Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Exposições. Apresenta pequena fotografia das obras ao lado de pequenas notas de destaque para permitir o acesso a informações específicas de cada exposição. Registro em 05/03/2010.	169
Imagem 40	Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Exposições, quando clicamos em “imagens” de uma mostra específica. Temos uma sequência de várias fotografias de partes da obra que podem ser clicadas para uma visualização mais integral. Registro em 05/03/2010.	169
Imagem 41	Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Exposições, quando escolhemos uma imagem e clicamos, vemos a obra Série do Futebol (1), de José Roberto Aguilar. Registro em 05/03/2010.	170
Imagem 42	Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Acervo, quando fazemos uma busca. Temos a obra Série do Futebol (1), de José Roberto Aguilar, com dados técnicos e texto explicativo assinado por Elza Ajzenberg. Clicando no artista, temos breve biografia; clicando na obra, temos ela ampliada. Registro em 05/03/2010.	170
Imagem 43	Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Acervo, pode ser controlada pelo visitante no zoom (de 25% a 200%), na cor de fundo (branco, cinza e preto), no ajuste da altura ou largura (ao limite da janela do navegador) e na impressão. Registro em 05/03/2010.	171

Imagem 44	Na primeira página do MASP, temos três grandes imagens clicáveis (duas, à direita e à esquerda, para informações e galeria de obras da exposição e uma, centralizada entre as outras, para histórico do museu). A primeira é o Banho de Diana, de François Clouet, uma das obras do acervo do MASP em cartaz na exposição A Arte do Mito. A segunda é uma foto do edifício do MASP. A terceira imagem é da Paisagem com Pastores, de Alessandro Magnasco, outra obra do acervo do MASP na exposição Romantismo, A Arte do Entusiasmo. Registro em 04/03/2010.	177
Imagem 45	Obra em cena digital no site do MASP na seção Acervo, quando fazemos uma busca de obra. Registro em 04/03/2010.	178
Imagem 46	Obra em cena digital no site do MASP na seção Acervo, quando clicamos numa imagem de obra. Registro em 04/03/2010.	178
Imagem 47	Obra em cena digital no site do MASP na seção Exposições, quando entramos em “Veja a galeria”. Registro em 04/03/2010.	179

# INTRODUÇÃO

Ao visitarmos alguns sites de museus de artes, nos chama atenção as formas como conteúdos e acervos são estruturados, assim como os esforços e algumas inovações para garantir uma experiência positiva e intensa ao visitante e espectador da arte. Para compreender essa realidade, decidimos investigar como as artes estão sendo tratadas no ambiente digital e quais as possibilidades de uma intervenção significativa e eficaz uma vez que qualquer museu, fundação e centro cultural envolvidos com as artes plásticas já têm alguma iniciativa na internet e que pode ser capaz de aproximar ainda mais as obras do público. Nesse percurso, buscamos a ajuda de profissionais que estão participando ativamente do processo de digitalização do patrimônio artístico e cultural dentro dos museus. A partir de entrevistas com esses colaboradores e de pesquisas teóricas e de campo, examinando os sites dos museus e seus usuários, começamos a esboçar uma nova atividade que poderíamos chamar de curadoria digital. Não se trata de mais um cargo a ser criado e ocupado por algum profissional com determinada formação nem de apontar alguma tendência funcional de qualquer categoria trabalhista. Procuramos apenas compreender a dinâmica das artes em contato com a internet e a partir daí extrair explicações, percepções, ideias e resultados capazes de orientar as instituições ligadas às artes diante das novas tecnologias da informação. A curadoria digital, portanto, pode ser vista como campo de estudo e de ação com o objetivo de pesquisar, criticar, desenvolver, aplicar e sugerir as melhores práticas nos sites de museus. A nova atividade traz certa liberdade para experimentar as possibilidades inovadoras, mas também exige a responsabilidade para examinar a atuação dos museus e sua adequação aos usuários. Talvez seja um ofício a ser desenvolvido por todas as pessoas interessadas na difusão das artes como um patrimônio capaz de atingir

cada mente de forma significativa para a vida e nesse percurso não temos regras acabadas nem uma carta de navegação para nos dar a segurança da chegada em um porto seguro.

Na incerteza de orientação e com o compromisso de examinar criticamente esse momento museológico, começamos a olhar para o contexto em que vivemos. Embora muitos teóricos definam a realidade atual como a sociedade da informação, a percepção do tempo talvez seja uma característica mais apropriada para compreendermos a dinâmica social e cultural em articulação com o universo das artes. Nessa perspectiva de análise temporal, não queremos seguir os conselhos do nutricionista, respeitando o cardápio e as porções, porque temos pressa em emagrecer e qualquer dieta ou remédio milagrosos se transformam rapidamente numa possibilidade a ser praticada. Ignoramos os riscos para a saúde para atingir logo nossos objetivos. No trânsito, para se chegar a uma reunião pontualmente ou simplesmente cumprir o horário combinado, reclamamos de um carro mais lento, do pedestre desatento para atravessar a rua ou de um sinal vermelho que não se apaga rápido para o verde acender e deixar seguirmos nosso caminho. Fugimos dos percursos longos; queremos pular; buscamos sempre um atalho para rapidamente chegar. Aceleramos mesmo quando há certos riscos para nós e para outras pessoas. Enfim, os exemplos de nossa tendência a escolher o caminho mais rápido são inúmeros mesmo quando temos uma ameaça concreta para a nossa saúde ou para a integridade física. Esses fatos acontecem porque tudo precisa ser rápido para atender às nossas expectativas. Para garantir a convivência social mais saudável e sustentável, fazemos leis para desacelerarmos nossos carros quando o perigo é iminente e definimos multas para as infrações. No campo da nutrição, temos pesquisas e reportagens para nos alertar dos perigos de uma dieta irresponsável. Temos ainda a venda controlada de remédios para evitar abusos e automedicação.

Quando o veloz é possível, não queremos sentir a frustração da espera. Vivemos, portanto, o que poderíamos chamar de sociedade da velocidade e não da informação. Nota-se a preferência pela velocidade mesmo diante da informação concreta de perigo. Em questões abstratas, no nível das ideias, dos valores, também optamos pelo mais rápido em detrimento de algum dado ou fato esclarecedor. Quando nos convencemos com a primeira versão de uma história que pode ser mais complexa, estamos acelerando nossa compreensão com o risco de uma visão superficial de uma situação. Simplificamos porque temos pressa em saber. Muitas vezes recorremos a resumos para instantaneamente compreender algo que levaria dias para ler. O que seriam das opiniões, muitas vezes vendidas em jornais, se todos quisessem trilhar caminhos longos, lentos e às vezes tortuosos da dúvida para se chegar às próprias conclusões? Será que a condição humana pode escapar dessa busca insaciável pela velocidade? Não vamos tentar responder a essas questões filosóficas, mas queremos refletir sobre o tempo e como a preferência pela velocidade pode estar articulada com a construção de significados no contexto atual das artes, trazendo impactos diretos na curadoria digital possível dentro dos sites de museus.

Essa busca pela economia do tempo tem sua origem no século XVIII com a Revolução Industrial e seus métodos consagradas de produtividade através da medição do tempo. Máquinas à vapor aumentaram a capacidade física do homem quando permitiram acelerar a produção com menos recursos. O tempo de produção mecanizada era medido e o menor gasto significava eficiência, garantindo maior lucro. Esse princípio virou sinônimo de modernidade e foi aplicado a diversas áreas até os nossos dias. O cotidiano da humanidade na cultura, na política, na economia e em todos os outros campos passou por mudanças profundas e deixamos a modernidade para entrar na pós-modernidade sem abandonar essa pre-

ferência pelo veloz. Embora haja certa controvérsia quanto às rupturas efetivas para se definir a contemporaneidade, podemos dizer que tivemos mudanças paradigmáticas na percepção da realidade, na forma de pensar e de se comunicar sempre com a marca de um tempo acelerado presente na imprensa escrita, no rádio, no cinema e na televisão.

Atualmente, com a internet e suas inovações tecnológicas, temos a expressão máxima dessa economia que nos orienta em “tempo real”, “ao vivo” e de forma “instantânea”. O mecanismo de busca Google.com faz uma pesquisa sobre a “arte brasileira contemporânea” em menos de um segundo. Para ser mais preciso, em 14 de agosto de 2010, a ferramenta trouxe aproximadamente 302 mil resultados em 0,12 segundos. Essa medida decimal do tempo não traz qualquer utilidade prática para os usuários, mas a empresa norteamericana rotula a medição de cada pesquisa na terceira linha do cabeçalho da página porque velocidade é demonstração de poder e eficiência. Mesmo havendo a possibilidade de entrar em um site indesejável, sem credibilidade, com conteúdo duvidoso ou de encontrar informações ultrapassadas e imprecisas, pessoas ao redor do mundo arriscam-se nessa ferramenta como um meio de acesso rápido ao que buscam.

Embora haja outras formas de experimentar a realidade, tudo nos empurra para uma visão acelerada do mundo até ao ponto de não sabermos se estamos com pressa ou se o mundo é que anda rápido. Mergulhados no jogo do tempo, o que podemos dizer é que vivemos para escolher entre o rápido e o acelerado, entre o veloz e o mais veloz, e todas essas preferências do nosso cotidiano para experimentar a realidade, no campo das artes, também estão presentes na apreciação de uma obra, interferindo diretamente na maneira como a vemos e construímos significados estéticos.

No interior do edifício de um museu, quando percorremos os corredores, quando entramos numa sala, quando observamos um quadro e nos aproximamos de um detalhe, quando circulamos em torno de uma escultura mirando certas formas, em todos esses movimentos, além de experimentar o tempo para fazer relações, análises e muitas outras operações mentais e físicas, temos o espaço como uma experiência sensorial de nossa percepção estética para ambientar, destacar ou, por exemplo, garantir formalidade. Se fazemos comparações, análises ou questionamentos diante de uma peça é porque usamos o tempo e este está articulado com o espaço para marcar época, criar impacto ou estranhamento. Assim, abre-se um vasto campo para infinitas possibilidades espaciais em combinações temporais capazes de interferir na construção de uma exposição de artes visuais, tanto para quem a concebe, como curador e outros profissionais da arte, como para quem a aprecia, como espectador e visitante, ou ainda como quem a analisa, como crítico, pesquisador e historiador de arte.

Com as novas tecnologias da informação, a noção de tempo e espaço ganha novas articulações para a atuação dos museus e de sua relação com o público. Surge um novo ambiente para se pensar a construção de significados estéticos, artísticos e históricos em torno do acervo. Agora, dentro de um site, uma peça pode ser apreciada, vista e revista diversas vezes em exposições virtuais variadas. Uma obra digitalizada e apresentada numa página de internet pode, sem muito esforço, ser apropriada por um usuário da internet que copia a foto de uma peça para dentro de seu computador ou a distribui entre os amigos de uma rede social como o Facebook. Com ou sem a autorização do museu, as imagens circulam e podem fazer parte de coleções privadas ao redor do mundo, perdendo seu contexto temporal, espacial e estético, mas também ganhando novos espaços e públicos de apreciadores, colecionadores e comentários diversos.

Além da ficha técnica e da apresentação conceitual da curadoria, ao lado de uma obra digitalizada podemos contar com artigos de especialistas, críticas e comentários do público. Com a ajuda de redes sociais e comunidades específicas, podemos ativar outras formas de percepção e construir significados em torno dos acervos.

Entre ganhos e perdas, é difícil dizer se a relação do público com a arte pode ser qualitativamente melhor. O certo é que estamos diante de uma nova realidade que insere as obras de arte em um novo ambiente e todos os profissionais envolvidos com a arte não podem ignorar as consequências positivas ou negativas sob o risco da tecnologia suplantando todos os esforços curatoriais e museológicos.

Um quadro pode sofrer alterações de cores, aumento de sombras e desproporção nas medidas quando sofre um processo de digitalização, adulterando de certa forma a obra. Mas aí também podem surgir novas perspectivas de leitura. No monitor de computador, através de um navegador de internet, um detalhe, muitas vezes oculto numa exposição presencial com distância controlada, pode ser revelado por uma escultura que passou por um rigoroso processo digital de aproximação, registro e edição. Um público excluído, muitas vezes sem a oportunidade de apreciar uma pintura ao vivo, pode iniciar-se na arte pela facilidade de entrar num site de museu e clicar numa exposição ou acervo. Não se trata aqui de ser otimista ou pessimista com a internet e suas consequências para o cotidiano das artes visuais. Visamos compreender esse universo numa perspectiva curatorial para garantir maior aproximação das artes pelo público através das novas tecnologias.

Quando lidamos com obras de arte na internet, essas categorias da percepção tempo-espço tornam-se fundamentais para a compreensão de nossa relação com os objetos de valor artístico, cultural, social e, muitas

vezes, político. No processo de aproximação entre arte e público, podemos dizer que há sempre certa intencionalidade pois os museus, como instituições históricas, colaboram e interferem diretamente na criação de valor dos objetos e a curadoria tem papel relevante na manutenção e ressignificação possíveis. Por que valorizamos alguns objetos e não outros? Por que preferimos um e não outro artista? Como uma informação ou uma explicação nos aproxima mais ou nos afasta de uma escultura? Muitas são as questões envolvendo a construção de significados em torno dos artistas e de suas obras. Podemos nos arriscar em responder que as obras de arte não são apenas objetos e os curadores sabem disso e materializam essa percepção a cada exposição. O curador significa esses mesmos objetos para além de sua materialidade, ressaltando as articulações e referências possíveis de acordo com o conceito de uma exposição. Isso não quer dizer que objetos, como um quadro ou uma escultura, deixem de existir ao ganharem valor imaterial dentro de uma mostra com certa temática e intencionalidade. Nesse percurso, ganhamos, na verdade, a máxima apropriação do objeto com múltiplos olhares e narrativas, reconstruindo a História da Arte e alimentando o imaginário individual e intelectual do público.

No contexto da internet, quando as obras são lançadas para a cultura digital e quando a concretude ganha maior fluidez com o distanciamento material através da digitalização de objetos, sua apropriação, além de atingir públicos diversos sem o hábito de frequentar um museu, pode arrebatar outras formas de recepção estética. Numa breve navegação pelos sites, é possível perceber que a comunicação realizada pelos museus na internet mantém certos padrões e uma curadoria digital pode interferir nesse processo para além da própria tecnologia, utilizando diferentes formas de digitalização como imagens em terceira dimensão ou simplesmente fomentando discussões nas redes sociais como Twitter e

Facebook. Vale destacar a potencialidade significativa dos objetos no ambiente digital, influenciando novas exposições, estimulando críticas e comentários, e contribuindo para a própria História da Arte ao estabelecer uma nova relação com o público visitante ou não do espaço físico do museu.

Atualmente, é difícil encontrar um museu sem um site na rede pois a própria demanda do público acaba exigindo informações sobre visitas monitoradas, horários de funcionamento, relação de obras, artistas, atividades realizadas e outras informações. Se o museu não tiver um site, o seu público pode ficar perdido e a própria relação com as obras pode ficar comprometida pois quando alguém procurar algo na internet nos mecanismos de busca, por exemplo, vai encontrar algo que pode não ter qualquer ligação com o museu sem site. Mesmo que o museu não inicie uma ação na internet por meio de uma simples página, o fato de lidar com um público que tenha algum envolvimento com seu acervo pode despertar o interesse de alguém para fazer um blog na internet e de fazer algum comentário que pode ser lido e discutido em sites de relacionamento, atraindo novos públicos e novos olhares. Acreditamos que dificilmente um museu conseguirá ficar fora de qualquer presença na rede mundial de computadores. Nesse contexto da cultura digital, as iniciativas individuais, coletivas e institucionais em torno de obras de arte se multiplicam. Temos veículos de comunicação com seções específicas nos sites por ocasião de bienais e exposições em museus. Empresas com incentivos fiscais atrativos destinam recursos para digitalizar acervos e enriquecer o conteúdo de portais. Órgãos do Ministério da Cultura, como a Funarte, que selecionou esta obra, fomentam a produção de conteúdo para a internet. Universidades e pesquisadores, cada vez mais, integram a pesquisa com iniciativas digitais. E diante de tudo isso, o museu pode desempenhar um papel relevante por meio de uma curadoria digital como uma

atividade complexa de pesquisa, reflexão, desenvolvimento e ação que vamos examinar nos próximos capítulos desta obra.

No Capítulo I, num plano mais teórico, vamos examinar o espaço do museu e da internet, ressaltando a importância das curadorias, o surgimento do espaço expositivo e o ato criador de mostrar uma obra de arte no site. No Capítulo II, num nível mais prático, observaremos os sites de museus e mostraremos a nossa metodologia, reconstruindo nosso objeto de estudo de forma empírica. Faremos isso através de um diálogo com os profissionais dos museus, por meio de uma navegação sistemática e comparativa pelos sites e também contaremos com a ajuda de usuários. Por fim, no Capítulo III, vamos esboçar os parâmetros de uma autonomia para o espaço institucional do museu e, principalmente, para a obra de arte em cena digital. Ressaltaremos também o valor da interatividade e das redes sociais, além dos desafios e recomendações para outros museus construírem seus sites numa perspectiva de curadoria digital.



## **CAPÍTULO I**

# **O espaço do museu e a cena digital**

## 1.1. O papel das curadorias

Numa exposição de arte, vemos quadros, esculturas e inúmeras peças, todos os objetos dispostos de determinada forma, integrando um ambiente com certa iluminação e cenografia específica. Temos textos e fichas técnicas, além de catálogos e até sons para compor um rico percurso de visitação criado para o público. Facilmente percebemos as obras, o ambiente, as informações e, muitas vezes, até os conceitos que organizam a mostra. Um pouco mais difícil é perceber que a exposição é criação de um profissional conhecido como curador. Mesmo havendo dezenas de outras pessoas envolvidas para a realização da mostra, a direção conceitual e operacional quase sempre fica nas mãos desse indivíduo. É dele a responsabilidade de elaborar um conceito, de escolher obras determinadas, de definir uma cenografia, desde a iluminação até as cores dos ambientes. Cabe a ele fazer uma gestão para viabilizar a realização da exposição. Em outras palavras, tudo é mobilizado pelo curador para transmitir uma mensagem para o público por meio de uma mostra.

A partir dessa visão geral, podemos compreender o termo curadoria para designar duas atividades exercidas ou não por profissionais diferentes e que geralmente trilharam por uma formação nas áreas de história e/ou artes<sup>1</sup>. Enquanto um pertence ao museu e tem a responsabilidade de preservar, estudar e exibir as obras do acervo, o outro, independente ou convidado, está mais ligado a um aumento de coleção, visando um aprofundamento das atividades tradicionais. A curadoria, assim descrita, pode ser exercida por um diretor de museu, por um diretor técnico, por um gestor cultural, por um pesquisador ou crítico de arte. O importante é que

---

1 CHIARELLI, Tadeu. “As funções do curador, o Museu de Arte Moderna de São Paulo e o grupo de estudos em curadoria do MAM”. In: CHIARELLI, Tadeu (coord). *Grupo de Estudos em Curadoria - Exposições organizadas em 1998*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1999.

conheça profundamente as obras do acervo, assim como os artistas envolvidos e o contexto de produção, além das possíveis ligações com a História da Arte e com a sociedade. Mas não basta o conhecimento intelectual, também é preciso estar mergulhado no seu tempo, vivendo sua cultura de maneira intensa, para ser capaz de ressignificar leituras e percepções estéticas, recontextualizando as obras em novos cenários. Conhecimento e cultura, portanto, ainda vão se complementar com um intenso diálogo entre diversos profissionais para materializar uma exposição. Marceneiros, eletricitistas, engenheiros, arquitetos, restauradores, transportadores, todos são mobilizados pela curadoria e, dependendo da exposição, novos profissionais são chamados.

Os anos 70 podem ser considerados um marco para esse trabalho pois, segundo o curador e pesquisador Tadeu Chiarelli, até essa década o termo significava uma atuação de “puro caráter museológico”<sup>2</sup>. Havia curadores especialistas em pintura, escultura, desenho e também para as bienais e exposições comemorativas, mas não eram profissionais com grande notoriedade. Foi com o processo de espetacularização das mostras que aos poucos o curador foi ganhando popularidade “chegando a ofuscar as obras e os artistas participantes das mostras”<sup>3</sup>. Nesse processo, com aumento do número de peças expostas e cenários com impacto, os conceitos da exposição ganharam relevância na figura do curador porque haviam um certo “território aberto”<sup>4</sup> para questionamentos entre artistas, historiadores e teóricos, dando espaço para indivíduos sem formação profissional se aventurarem na produção de uma exposição, tornando-se celebridades.

---

2 CHIARELLI, Tadeu. “As funções do curador, o Museu de Arte Moderna de São Paulo e o grupo de estudos em curadoria do MAM”. In: CHIARELLI, Tadeu (coord). *Grupo de Estudos em Curadoria - Exposições organizadas em 1998*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1999.

3 Ibidem.

4 Ibidem.

Apesar desse aspecto desanimador no contexto das mostras espetaculares, também surgiram profissionais cientes de seu papel e de sua importância para as artes, sabendo inovar com responsabilidade:

“Esses profissionais, apesar de todas as transformações que trouxeram à cena contemporânea, nunca se esqueceram de que, numa exposição, o que deve imperar é a qualidade das obras apresentadas, cabendo ao curador criar condições para que o público possa perceber novas possibilidades de apreciação das obras de arte, recontextualizadas em universos precisos”<sup>5</sup>.

Pensando nessa atribuição para criar condições para o público apreciar a qualidade das obras em novos contextos específicos, concebemos a curadoria digital nesta pesquisa como uma ação museológica interdisciplinar capaz de integrar o campo das artes e das novas tecnologias, visando a construção de significados através da comunicação dos museus na internet. Dessa forma, compreendemos a atividade como complexa, integrando pesquisa, reflexão, desenvolvimento e intervenção. Quando se inaugura um site na rede mundial de computadores, cria-se condições ou não para o público apreciar a qualidade das obras. Mesmo com poucos recursos tecnológicos e quase sempre financeiros, certos cuidados podem ser tomados com o objetivo de garantir melhor aproximação entre obra e público. Trata-se de uma ação museológica interdisciplinar porque, da mesma forma que um curador precisa dialogar com diversos profissionais para montar uma mostra, a curadoria digital, como veremos, precisa mobilizar fotógrafos, programadores, designers, bibliotecários, técnicos do acervo e, se possível, todos os envolvidos na instituição, nas diversas

---

5 CHIARELLI, Tadeu. “As funções do curador, o Museu de Arte Moderna de São Paulo e o grupo de estudos em curadoria do MAM”. In: CHIARELLI, Tadeu (coord). *Grupo de Estudos em Curadoria - Exposições organizadas em 1998*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1999.

áreas, compondo, assim, uma gestão compartilhada para materializar o site do museu.

Essa ação que se dá por meio de uma gestão compartilhada só é possível quando o diálogo intenso é viabilizado. Habermas, quando examina a sociedade composta por trabalho e interação pela linguagem, nos apresenta a noção de teoria da ação comunicativa que pode nos ajudar a explicar a importância do diálogo na curadoria digital. Para esse pensador, a comunicação é decisiva no cotidiano:

“O homem vive num mundo estruturado materialmente pelo trabalho e simbolicamente pela linguagem, mas é a comunicabilidade que determina o desenvolvimento de seu modo de vida”<sup>6</sup>.

No desenvolvimento de um site, pode-se apostar na comunicação como um processo dialético de transformação de todos os agentes com alguma função dentro do museu pois a ação comunicativa de Habermas é aquela “voltada para o entendimento: baseia-se num processo cooperativo de interpretação, no qual os participantes se referem simultaneamente a ações no mundo objetivo, no mundo social e no mundo subjetivo”<sup>7</sup>. Essa escolha fica mais clara quando destacamos a diferença com relação à ação estratégica, que visa o sucesso coletivo a partir de ações egocêntricas de utilidade. Também se diferencia da ação dramática que, segundo o pensador, visa a expressão como “uma espécie de encenação social”. Diante dessas três formas conceituadas por Habermas, uma comunicação atenta à educação, como é o caso do museu, não pode ignorar essas diferenças em cada etapa do planejamento e manutenção de um site, dando preferência para a primeira, mais voltada para o entendimento.

---

6 RÜDGER, Francisco. *Comunicação e teoria social moderna*. Porto Alegre: Fênix, 1995, p. 82.

7 *Ibidem*, p. 83.

Essa escolha no trabalho interno da curadoria digital também será importante diante do público externo visitante do site e do museu, uma vez que se busca a interatividade no ambiente da internet. Se entendermos essa interatividade como um diálogo intenso entre o museu e seus visitantes, mediados por um site, não fica difícil a escolha pela ação comunicativa, buscando um entendimento e abandonando a estratégica e a dramatúrgica. Essas últimas estariam mais adequadas para conceituar sites com fins comerciais, mais preocupados em convencer e persuadir. Mesmo praticando a interatividade, sites comerciais podem usá-la como meio para coletar informações de seus usuários com o fim único de oferecer o produto mais desejado. Diferentemente, com a ação comunicativa, o museu pode interagir a fim de compreender os usuários e estes também entenderem o museu. É nesse confronto na busca pelo entendimento que o curador digital pode conseguir uma aproximação adequada entre obras de arte e usuários na internet.

## **1.2. Outra existência possível**

Como o entendimento é importante para a curadoria digital iniciar seu trabalho dentro dos museus, a pesquisa e a reflexão são atividades necessárias a qualquer profissional que assuma a tarefa de implantar um site de museu. Pesquisas como esta e muitas outras sobre como as artes estão sendo trabalhadas na internet podem contribuir e interferir de maneira reflexiva no desenvolvimento e manutenção dos sites de museus, ajudando a lidar com novos desafios.

A partir dessa noção, vamos começar a investigar o nosso olhar, como o primeiro passo rumo à uma curadoria digital como uma atividade de estudo. Sabemos que o olhar é responsável pelo acesso às artes, prin-

principalmente as plásticas. Nosso contato com as obras de arte, seja uma pintura, uma cerâmica, uma escultura ou outra criação artística, quase sempre sofre um processo de mediação trabalhada por curadores e outros profissionais através de instituições como os museus, isso sem falar dos livros que lemos, das escolas que frequentamos e da trajetória individual de cada pessoa. Mantemos nesse percurso uma relação indireta com os objetos considerados artísticos. Por isso, se buscamos uma visão mais crítica sobre a arte, não podemos pensar nela sem considerar os processos pelos quais ela se apresenta e chega até nós. Aliás, além dessa aproximação, física ou por meio de imagens, as obras imprimem em nossa consciência determinados valores e significados nem sempre presentes no objeto. Portanto, o nosso olhar, responsável por estabelecer uma relação inicial com as peças, é limitado e está articulado com várias mediações para uma relação específica com os objetos artísticos expostos no espaço dos museus.

A atuação dessa instituição do museu como espaço de exposição vem desde o helenismo como parte integrante dos palácios para colecionar objetos e apresentá-los ao público. O historiador Estrabão, no século I a.C., em Alexandria, define o museu como um centro interdisciplinar de cultura e patrimônio, espaço que reunia um “complexo cultural-científico: biblioteca, observatório astronômico, jardim botânico, zoológico, salas de trabalho e estudo e anfiteatro”<sup>8</sup>. Essa visão pode ser caracterizada como um ideal de museu fortemente ligado à história da humanidade. Buscava-se nessa concepção uma integração entre os conhecimentos do homem, com seus saberes universais, e o patrimônio cultural, com todas as criações e produções humanas. É a partir desse marco histórico que a

---

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

ideia de exposição ganha expressão no ato de resgatar, reunir e selecionar peças e objetos carregados de significados e valor culturais para serem cuidadosamente apresentados ao público<sup>9</sup>. O museu, portanto, nasce com a marca da exposição como uma ação específica voltada para um determinado público. Porém, museu e exposição estão mais associados ao Renascimento e às elites ilustradas, na figura do clero e da nobreza. Foi nesse período que os príncipes reuniam e colecionavam tesouros, antiguidades e objetos de igrejas medievais.

Com a Revolução Francesa (1789) e todas as transformações sociais e políticas do século XVIII, o museu transformou-se numa instituição mais democrática. Sua ação assumiu um caráter mais político e até estratégico pois sua atuação tinha como objetivo valorizar a memória do passado e projetar uma perspectiva de futuro. O museu foi ganhando espaço fora dos domínios religiosos, monárquico e feudal através de vários espaços laicos, criados para proteger o patrimônio científico e artístico, além dos monumentos dos atos destruidores e quase sempre excessivos da revolução. Todo o processo de ruptura com o Antigo Regime e de separação das instâncias de poder instituiu o Estado no papel de guardião da história para conservar objetos, documentos, peças e materiais significativos através de um decreto republicano, cuja determinação era a de reunir todas as obras de arte no Louvre.

Por conta dessa ação política, as artes passaram a serem vistas como meio de instrução para as gerações, ou seja, como meio de educação com valor essencialmente histórico<sup>10</sup>. Atualmente, se pensarmos na

---

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

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

atuação dos museus para apresentar uma obra ou destacar um movimento artístico, podemos dizer que nunca desenvolvem uma exposição para um cidadão abstrato, sem pátria, ausente de história e indiferente em gosto ou preferências artísticas. O museu como instituição é feito por pessoas e no centro desse trabalho estão artistas e suas obras, mas é na concepção de um trabalho curatorial que tudo pode ser preservado, resignificado e apresentado ao público com certa intencionalidade.

Na internet, cabe à curadoria digital estabelecer parâmetros e ações a partir de um conhecimento da história do museu e de suas ligações com a sociedade, colocando a obra de arte num território muito além do campo de visão circunscrito pelos limites do olhar. Em outras palavras, um site de museu não precisa simplesmente apresentar imagens de obras ou de exposições. Considerando a atuação da curadoria do museu e de uma exposição específica, a curadoria digital pode reconstruir o museu na internet, mantendo valores e missão já estabelecidos e, ao mesmo tempo, repensar sua mediação, elevando o site ao nível de um centro interdisciplinar, capaz de resgatar, reunir e selecionar, e cuidadosamente apresentar as obras para o público. O site de museu, nessa perspectiva de uma curadoria digital, pode enfatizar a exposição e seu acervo, assumindo-se como um espaço democrático, político, capaz de proteger o patrimônio digitalizado e difundir o conhecimento através da internet.

O site de museu pode ganhar autonomia, a exemplo do que ocorreu com diversas funções ligadas à área técnica do MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo na década de 90. Até aquele momento, enquanto a parte administrativa ficava sob a responsabilidade da presidência do museu as atividades curatoriais eram conduzidas pelo diretor técnico que, além de gerenciar o acervo, preservando, estudando, ampliando e exibindo a obras, também programava as atividades educativas e outros eventos

culturais<sup>11</sup>. A partir de 1996, criou-se o Departamento de Curadoria e o diretor técnico virou o curador-chefe, estabelecendo outro organograma que descentralizou várias funções para setores específicos:

“Embora tais setores continuem sob a supervisão geral da Curadoria, não resta dúvida de que, com maior autonomia, esses setores puderam incrementar ainda mais as atividades do museu”<sup>12</sup>.

Para ganhar autonomia, o site de museu não precisa virar um setor nem ficar sob a responsabilidade de um departamento. O importante é reconhecê-lo como outra existência possível do museu, igualmente capaz de mediar a relação entre as obras de arte e o público por meio de uma curadoria digital que preserva, estuda, amplia e divulga seu acervo na internet. Nesse sentido, não precisaríamos usar o termo “curadoria digital”, bastando empregar “curadoria” para um site. Entretanto, fazemos questão de acrescentar o termo “digital” para lembrar de um cuidado especial que defendemos para o ambiente da internet. Não podemos correr o risco de tratar o site como um setor isolado, sem integração com todas as áreas do museu. E também não podemos valorizar em excesso o digital em detrimento do trabalho reconhecido e em andamento no museu. A curadoria digital pode atuar num equilíbrio entre a integração do que já existe na internet, seus estudos e toda a história do museu.

---

11 CHIARELLI, Tadeu. “As funções do curador, o Museu de Arte Moderna de São Paulo e o grupo de estudos em curadoria do MAM”. In: CHIARELLI, Tadeu (coord). *Grupo de Estudos em Curadoria - Exposições organizadas em 1998*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1999.

12 *Ibidem*.

### 1.3. Espaço formador de comunicação

Reconhecendo o valor da história para definir a curadoria digital, devemos examinar algumas características fundamentais do museu que foram se desenvolvendo e ganhando novos significados. O museu como instituição mantém certo reconhecimento social como espaço público para a construção simbólica e para a identidade social, cultural e política. Essa instituição museológica tem como pressuposto o público visitante e essa relação eleva a exposição a uma condição privilegiada para uma ação crítica e estética com função, objetivos e estratégias para estabelecer uma comunicação capaz de transmitir uma mensagem<sup>13</sup>.

Construindo sentidos com certa intencionalidade e com determinada forma, a exposição criada pela curadoria pode ser considerada um espaço público onde sua legitimação é socialmente realizada pelos visitantes e por todos aqueles que a integram como o próprio curador, outros profissionais ligados às artes, artistas e críticos. Falamos, portanto, de uma ação do curador: o ato de expor. Ao mesmo tempo, falamos de um espaço, de um ambiente capaz de fazer fluir a comunicação. E todo esse processo só é possível pela presença do público, do visitante como espectador. A comunicação social da arte, nessa articulação em torno do museu e da exposição, torna-se um meio de intervenção para garantir a mais adequada aproximação entre arte e público porque, no último quarto do século XX, temos o surgimento dos primeiros estudos que identificam as exposições como meio de comunicação para uma construção simbólica ilimitada<sup>14</sup> que pode garantir e até ampliar o diálogo de entendimento, conforme a ação comunicativa de Habermas.

---

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

14 *Ibidem*, p. 32.

Com esse horizonte, a comunicação pode ocorrer para qualquer mensagem, desde um movimento estético, passando pela vida de um determinado artista, a expressão de uma comunidade, o gosto de um período ou região, até um problema ou qualquer tema de pesquisa de interesse para a História da Arte. Como a mensagem está sempre ligada ao tempo e ao espaço, precisamos reconhecê-la na sua recepção historicamente localizada. Com essa visão estrutural da mensagem, o ato de expor não está limitado ao objeto artístico nem ao visitante. Lembrando Habermas, temos um rico e intenso diálogo que precisa ser estabelecido entre a obra, o curador da exposição e o momento social, cultural, político e econômico. Nesse processo comunicacional, temos o museu e a formação das pessoas, tudo articulado em torno do percurso do público porque busca-se um entendimento da mensagem curatorial. Expor exige uma percepção do visitante para compreender que:

“Raras vezes o objeto, em si mesmo, é suficiente para remeter imediatamente os visitantes aos valores trabalhados na exposição. Relações precisam ser estabelecidas pelo público para se chegar a uma compreensão da mostra. Para tanto, o espectador, de antemão, precisa ter — ou adquirir por via da exposição — informações sobre o objeto exibido. Ele precisa, também, captar quais os paradigmas que norteiam o conceito de arte num determinado momento da história, quais as tendências da época em que se insere a obra; e deve conhecer algo sobre o seu contexto social (...)”<sup>15</sup>.

Portanto, o trabalho do curador na exposição não é feito apenas de pinturas, esculturas e de outras peças artísticas. Os significados concentrados na mensagem expositiva vão além das obras apresentadas e pedem

---

15 GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004, p. 34.

a presença do visitante para materializar a percepção e a compreensão, de maneira intensa, por meio de informações e formas de difundi-las. Assim, o ato de expor evoca um diálogo permanente entre a comunicação, de um lado, e a educação, de outro, como dois campos articulados numa interseção conhecida como educomunicação<sup>16</sup>. Para trabalhar valores, conceitos e paradigmas através da relação estabelecida entre curador, obra e público, o museu e suas exposições se configuram como ecossistemas comunicativos, ou seja, espaços formadores, de educação, e igualmente como meios de comunicação ao difundirem gostos, tendências, escolhas e movimentos com o objetivo de interferirem e serem afetados de uma determinada maneira.

## **1.4. O ato criador da obra em cena digital**

Quando consideramos exposições e museus como espaços formadores e também como meios de comunicação social entre a arte e o público, devemos perceber que a proposta cenográfico, a arquitetura do

---

16 Atualmente nas universidades brasileiras podemos encontrar ampla pesquisa sobre educomunicação. O Núcleo de Comunicação e Educação da USP, coordenado pelo professor e doutor Ismar de Oliveira Soares, investiga o tema há alguns anos. Educomunicação também integra o programa de especialização *lato sensu* em Gestão da Comunicação, na ECA USP, do qual fui bolsista entre 2004 e 2005 para desenvolver a pesquisa MENEZES, Ebenezer T. “Por uma segunda alfabetização: parâmetros de uma educação para a televisão” (Monografia de pós-graduação *lato sensu* Gestão de Processos Comunicacionais ECA USP). São Paulo: Biblioteca da ECA USP, 2005 (Mimeo). Vamos empregar educomunicação como um processo dialético capaz de impactar não apenas no receptor de uma mensagem mas também no emissor e nos meios utilizados, constituindo um ecossistema comunicacional capaz de promover educação pela comunicação. Para a curadoria digital, a educomunicação é importante para desenvolver um site que considere o público, por um lado, como receptores, mas também os emissores, a instituição do museu, por outro, incluindo aí o próprio site como um veículo interativo capaz de prover um ecossistema comunicativo. Lembrando a ação comunicativa de Habermas como aquela “voltada para o entendimento: baseia-se num processo cooperativo de interpretação, no qual os participantes se referem simultaneamente a ações no mundo objetivo, no mundo social e no mundo subjetivo” (RÜDGER, Francisco. *Comunicação e teoria social moderna*. Porto Alegre: Fênix, 1995, p.83).

edifício, sua decoração e instalações, os projetos de iluminação, a distribuição da obra no tempo e no espaço, assim como todos os recursos da exposição, ganham relevância formativa na comunicação da arte. Para completar esse processo, temos ainda documentos, dados técnicos, cronologias, textos dos curadores e de especialistas, catálogos especialmente editados, o site do museu, CDs e DVDs, guias de obras e muitos outros recursos ricos em significados e que impactam diretamente na experiência do visitante e na sua recepção estética.

Expandindo o conceito proposto nos estudos de Gonçalves<sup>17</sup>, vamos usar nesta pesquisa o termo “cenário” como o conjunto de recursos capaz de ser trabalhado pela curadoria para garantir ou estimular o envolvimento dos usuários com as obras de arte, provocando uma sensibilização para uma intensa vivência estética. A cenografia, neste estudo, será empregada como uma comunicação intencionada da curadoria. A obra em cena é uma construção significativa e articulada, na maioria das vezes, como mediação entre a arte e o público.

Vale lembrar que a visão teatral da exposição de arte teve seu marco no MoMA<sup>18</sup>, criado em 1929, que serviu de modelo para a arte moderna quando “convencionou uma cenografia de paredes brancas” como espaço ideal para a exposição de arte. Entretanto, ao lado do que ficou conhecido como “cubo branco”, desenvolveu-se, ultimamente, outros cenários para dramatizar o contato entre o visitante e as obras de maneira adequada, ou seja, fugindo de qualquer cena artificial:

“Nessas duas vertentes cenográficas — a de paredes brancas e a dramatizada com cores e outros recursos —, não há uma

---

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

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

ação meramente instrumental ou acessória, como se verá, pondo em ativação obras de arte a cenografia comunica significados, princípios de ação museológica e paradigmas artísticos”<sup>19</sup>.

Por essa adequação entre cenário e obra de arte em articulação com a proposta curatorial e sua mensagem, a exposição pode ser elevada a uma condição semelhante à obra de arte. O valor estético da exposição ultrapassa os próprios objetivos comunicativos, estruturando-se numa relação dialógica próxima à ativada entre as obras e seu público. A recepção criada nesse entrosamento cenográfico constrói conteúdo e forma que vão interferir na maneira como a exposição, as obras envolvidas e seus artistas serão apropriados pelos visitantes. A exposição, nesse entendimento, funciona como forma artística traduzida em um fazer criativo e inventivo que articula conteúdos na sua comunicação e, igualmente, se configura como expressão estética. Tanto o conteúdo quanto a forma são trabalhados para atingir a recepção estética do visitante por meio de sua emotividade, sensibilidade e conhecimento crítico e histórico sobre a arte. Pareyson, quando formula sua estética da formatividade, examina as três principais definições tradicionais de arte — fazer, conhecer e exprimir<sup>20</sup> — que podem nos ajudar a pensar a forma artística da comunicação social trabalhada pela curadoria. O “fazer”, para esse pensador, ultrapassa a simples ação concreta e material do objeto para atingir também o espírito. Pareyson significa essa ação que vai do material para o imaterial como:

“(…) cumprir, executar, produzir, realizar: cumprir movimentos de pensamento e atos práticos, executar raciocínios e ações, produzir obras especulativas e obras morais, reali-

---

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

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

zar valores teóricos e valores éticos. Mas a arte é produção e realização em sentido intensivo, eminente, absoluto, a tal ponto que, com frequência, foi, na verdade, chamada criação, enquanto é não só produção de organismos que, como os da natureza, são autônomos, independentes e vivem por conta própria, mas também alcança ser produção de objetos radicalmente novos, verdadeiro e próprio incremento da realidade, inovação ontológica”<sup>21</sup>.

Como as exposições convertem-se em criações artísticas, e estas, na reflexão de Pareyson, “vivem por conta própria”, incrementando a realidade, é no público visitante que devemos perceber a materialidade desse “fazer” que vai além da ação e atinge também o espírito. Quando fazemos e criamos objetos novos e autônomos precisamos considerar o espectador que pode ser afetado em seu espírito. Iser<sup>22</sup>, quando discute o processo de leitura na sua estética da recepção, demonstra que não se pode ignorar o pólo onde se realiza a obra de arte literária — o leitor. A obra literária, para ele, é mais que um texto pois só adquire vida na concreção, que não é independente das disposições do leitor. A obra ganha materialidade na convergência entre a criação textual e a consciência do leitor e talvez aí, nesse encontro, esteja sua grandiosidade significativa porque a cada novo contato criação-consciência temos novas chances de leitura. Seguindo esse raciocínio, o site de museu se aproxima de uma exposição como obra<sup>23</sup>. O primeiro como obra da curadoria digital e o segundo como obra da curadoria. Ambas com determinada forma e que

---

21 PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 25

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

23 Trabalhei essa identificação no mestrado, mas sem destacar o papel do curador, o que faço nesta pesquisa. Para conhecer mais esse trabalho, consulte MENEZES, Ebenezer Takuno de. “Como as artes habitam a internet: um estudo sobre a comunicação dos museus virtuais no Brasil e Uruguai” (Dissertação de Pós-graduação stricto sensu PROLAM USP). São Paulo: Biblioteca da FFLCH USP, 2008 (Mimeo).

também estariam nessa articulação de convergência entre criação e consciência. No caso de um museu, temos a criação de uma exposição, por um lado, e a consciência dos visitantes, por outro. Na internet, temos a criação de um site num pólo e a consciência dos usuários no outro. E em ambos os casos temos a concreção de uma obra.

A obra de arte, nessa noção, teria um caráter virtual e não poderia ser reduzida ao objeto nem ao espectador. A obra de arte em cena numa exposição ou em um site estaria justamente nesta virtualidade que se atualiza constantemente e está submetida à visão do visitante do museu ou de um usuário do site. Uma pintura, por exemplo, se atualiza constantemente pela atividade de uma consciência viva que a aprecia. Falamos de obra, nessa visão dinâmica, somente quando o processo de leitura e percepção é ativado e desenvolvido na mente. A obra seria, assim, a constituição do objeto na consciência do espectador quando inicia um fazer de indagações, relações, comparações e outras atividades mentais simples ou complexas. A exposição assim compreendida pode ser uma experiência estética na consciência do visitante. Um site de museu, seguindo essa visão, tem sua atualização na consciência viva do usuário.

A obra de arte em cena, através da comunicação dos museus, com suas exposições, suas iniciativas culturais, incluindo os sites na internet, assim como acontece com a arte, apresenta, mostra e cria sua mensagem com certa forma para garantir sua concretude como experiência estética no público. O ato expositivo ou criador, como formatividade defendida por Pareyson no campo das artes, pode acontecer em sentido intensivo, buscando alcançar um alto grau de eficácia através de um esforço artístico no tempo, no espaço e com todos os recursos humanos e tecnológicos disponíveis na contemporaneidade para colocar a obra de arte em cena digital. É a partir dessa visão que cria um valor que atribuímos à curadoria digital um trabalho de busca de uma determinada forma de comunicar a

arte e de construir uma experiência estética na internet tanto para um visitante iniciante quanto para aquele que já está familiarizado com a arte.

## **1.5. Relativizar para legitimar o digital**

Precisamos relativizar o valor do presencial para começar a pensar a internet como um espaço legítimo, alternativo e igualmente rico para ser trabalhado a exposição de uma obra de arte, porém com suas especificidades. A visão relativa é coerente porque nosso contato com a arte em cena presencial já não é direto, mas sim mediado por recursos espaciais e temporais da curadoria como a arquitetura imponente ou futurista do museu e a cenografia formal ou dramática de uma exposição, tudo integrando corredores, painéis, catálogos e a história institucional. Nessa mediação, podemos incluir também o roteiro de visitação, o serviço de monitoria, o trabalho do setor educativo e os cursos temporários ou permanentes. Vale lembrar também dos catálogos impressos que às vezes trazem um projeto gráfico e editorial que nos encantam. Até mesmo os conteúdos publicados na imprensa, nos cadernos especiais, nas colunas culturais, também são responsáveis por essa mediação que ocorre entre nós e a obra. Além dessas mediações, também contamos com outros processos que nos ajudam, atrapalham, complementam ou de alguma forma interferem na nossa percepção como, por exemplo, a bagagem cultural e individual de cada um ou de uma sociedade, incluindo as leituras que fazemos na escola, o primeiro contato com as artes, a influência de pessoas próximas, nossa relação com os estudos na universidade ou fora da educação formal. Mesmo presente diante de uma obra, portanto, não temos garantias da comunicação intencionada na mensagem curatorial estruturada num determinado ambiente, com iluminação adequada e outros recursos. Isso ocorre porque a obra de arte se materializa e ganha

força significativa e figurativa na consciência viva do espectador, como já demonstramos. Podemos, assim, deduzir que a obra em cena não pode ser reduzida ao objeto nem ao indivíduo. Eis a riqueza da obra de arte que se atualiza a cada novo espectador e também a cada nova cena.

No ambiente digital da internet, por outro lado, também não temos garantias de uma comunicação adequada e eficiente da exposição, mas contamos, assim como no mundo presencial, com diversos recursos de comunicação e interação capazes de aproximar a arte do público com certo envolvimento, atualizando as possíveis leituras de uma consciência viva. Não se trata de fazer apologia para defender um território em detrimento de outro. Reconhecemos apenas que o ambiente digital tem características com potencial para aproximar e envolver por caminhos diferentes do presencial. E o museu, nessa perspectiva, pode ampliar sua atuação por meio de uma curadoria digital que esteja sintonizada aos trabalhos institucionais e museológicos.

Percorrendo o entorno de uma escultura, por exemplo, podemos apreciar fisicamente seus contornos, sua textura, seu peso, densidade, leveza e outros infinitos aspectos de sua materialidade; podemos lhe atribuir valor, fazer ligações e indagá-la com ou sem respostas por meio de nossa consciência viva. Privilegiamos a peça, por um lado, e a percepção de sua existência, por outro. Sabemos que a arte não se restringe ao objeto pois o “fazer” artístico de Pareyson, como já demonstrado, pode ultrapassar a matéria para atingir o espírito humano com toda a sua dimensão social, cultural e histórica. Portanto, ao lidarmos com uma obra em cena presencial ou digital precisamos considerar sua materialidade e também, sobretudo, sua imaterialidade. Talvez aí esteja um importante patrimônio a ser igualmente preservado e que a internet pode contribuir efetivamente complementando o trabalho já realizado pelos museus nos ambientes presenciais.

Na internet, embora tudo seja reduzido a um monitor com pinturas, esculturas e gravuras transformadas em fotografias, temos um trabalho de digitalização com determinado ângulo e iluminação em cenários diversos e até dramatizados com certa forma e contexto. Links e botões de menus, comentários, ficha técnica da obra e do autor e outras informações estruturam o trabalho de expor uma obra de arte na internet. Nesse processo, temos uma ação fotográfica, uma produção cenográfica, uma escolha de ângulo, uma redação e uma intencionalidade que articula, seleciona, omite e destaca. Temos também um roteiro, um tempo e espaço imaginário, um movimento necessário de olhar sobre a tela carregada de botões ou simplificada para destacar determinados aspectos da exposição de uma peça. Temos ainda uma maneira específica de usar o banco de dados e de integrá-lo numa busca, facilitando e simplificando com o acesso rápido ou dificultando com recursos confusos e excessivamente técnicos, incompreensíveis em alguns casos. A criatividade e a experiência em organizar as informações, a usabilidade dos recursos, a coerência do design e do projeto editorial também colaboram para expor a obra em cena digital. Enfim, embora envolva o uso de certas inovações, o processo de expor as obras na internet exige um cuidado que não pode ser apenas tecnológico nem somente artístico ou museológico. É nesse processo complexo e interdisciplinar, envolvendo diversas áreas profissionais e de departamentos do museu, que recai a responsabilidade de uma curadoria digital preocupada com a construção de significados diante da tecnologia e de uma tradição no ato de criar uma exposição de arte.

## **CAPÍTULO II**

# **Metodologia e observação dos sites**

## 2.1. Dialética da cultura digital

Importantes museus da cidade de São Paulo podem ser visitados, atraindo milhares de pessoas por meio de exposições, cursos, trabalhos em ateliês, encontro com artistas e outras atividades. Com a rede mundial de computadores, os sites desses museus tornaram-se outro importante espaço a ser habitado para apreciação das obras, aproximando a arte do público por diferentes estratégias e recursos. Temos, assim, outra importante forma de atuação dos museus. Algumas instituições destacam a quantidade de obras do acervo digital, outras ressaltam a qualidade das imagens e suas ferramentas de visualização, a ficha técnica rica e precisa e as informações complementares com textos da curadoria, artigos de especialistas e comentários. Há uma infinidade de características importantes e realmente relevantes para quem já gosta ou pode se apaixonar pelo mundo das artes. Poderíamos citar ainda detalhes que podem fazer a diferença entre um site e outro como sua arquitetura de informação, a usabilidade ou não das ferramentas e recursos, ação educativa e outras formas de interatividade com o museu e suas obras, a facilidade de acesso ao acervo, muitas vezes possível de se ver apenas numa exposição temporária, a riqueza de informações para trabalhos escolares, enfim, são inúmeros diferenciais entre um e outro site na internet.

Nesse território altamente complexo e mutante, o ato de expor uma obra vai além da apresentação de um acervo ou parte dele. Mostrar um quadro, por exemplo, pode ser considerado um simples processo de fotografar a obra, tratar a imagem digitalmente e publicá-la com dados de referência numa página na rede mundial de computadores. A simplicidade aparente, entretanto, reduziu todo o processo à técnica, escondendo as decisões curatoriais, a política institucional, a variedade ou escassez de recursos tecnológicos, humanos e financeiros, além da relação esta-

belecida com o público. Enfim, estamos diante de uma complexa relação entre a arte e o público mediada pelo museu no contexto tecnológico. Temos, portanto, um processo que se desenvolve desde a escolha do acervo, passando por técnicas e tecnologias, até chegar à recepção da obra pelo público num espaço totalmente novo e que merece uma reflexão crítica se estivermos realmente preocupados em aprimorar o acesso às artes.

Como objetivo teórico, buscamos na Estética e nos estudos de Comunicação parâmetros para olhar essa realidade concreta de publicação de obras na internet. A partir de uma base teórica, trabalhada no Capítulo I, questionamos agora se é possível expor obras de arte na internet mantendo certa autonomia em relação à tecnologia. Como hipótese, consideramos possível a autonomia por meio de uma curadoria digital e a confrontamos com a realidade dos museus a fim de validá-la ou negá-la numa busca por compreensão como resultado de pesquisa crítica capaz de colaborar com as instituições museológicas.

Para esse confronto entre teoria e realidade, num contato entre ideias e a prática, convidamos onze museus paulistanos, mas apenas oito aceitaram positivamente, oferecendo profissionais para darem informações e concederem entrevistas:

- Fundação Maria Luisa e Oscar Americano ([www.fundacaooscar-americo.org.br](http://www.fundacaooscar-americo.org.br));
- MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo ([www.mac.usp.br](http://www.mac.usp.br));
- MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo ([www.mam.org.br](http://www.mam.org.br));
- MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo ([www.museuartesacra.org.br](http://www.museuartesacra.org.br));

- MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand ([www.masp.art.br](http://www.masp.art.br));
- MuBE - Museu Brasileiro da Escultura ([www.mube.art.br](http://www.mube.art.br));
- Museu Lasar Segall ([www.mls.gov.br](http://www.mls.gov.br)); e
- Pinacoteca do Estado de São Paulo ([www.pinacoteca.org.br](http://www.pinacoteca.org.br)).

Ao examinar esses museus, observamos as principais decisões dos profissionais responsáveis em manter atualizados os respectivos sites. Buscamos a compreensão das ações a partir das justificativas apresentadas por esses agentes da cultura porque cada decisão cria um determinado valor percebido ou não pelo público visitante no ambiente digital.

Considerando o espaço digital dos museus de arte e sua dinâmica de atuação, buscamos uma metodologia de pesquisa adequada às mudanças constantes que a internet se submete a cada dia e que poderíamos delimitá-las no contexto da cultura digital. Se a realidade dessa cultura é dinâmica, mutável no espaço e no tempo, precisamos adotar uma metodologia igualmente flexível se o objetivo for explicar a realidade por meio de uma curadoria digital fundada em ideias e teorias mais estáveis. O método dialético mostrou-se mais adequado para lidar com essa nova realidade das artes no contexto das novas tecnologias da informação. Com essa escolha, a dialética da cultura digital exige da pesquisa o confronto permanente entre teoria e prática a fim de testar a teoria e encontrar contradições, marcas, vestígios e permanências.

“Se a sua opção for o método dialético você deve partir das contradições existentes nos fenômenos e discutir seu problema de pesquisa considerando as mudanças que ocorrem na natureza, na sociedade, nas ciências e nas tecnologias.”<sup>24</sup>

---

24 VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. *Metodologia do trabalho científico: um enfoque didáti-*

Levando-se em conta a cultura digital e seu impacto para o mundo das artes mediado pelos museus, o método dialético pode ser decisivo para abrir um canal de diálogo e entendimento em torno de um site e de seu acervo digitalizado, onde se concentra expectativas tanto de seus criadores como de seus visitantes, e que esse processo não seja conduzido apenas por uma preocupação tecnológica, mas efetivamente educacional, estética e social, sintetizada no que estamos chamando de curadoria digital.

Com essa metodologia de trabalho, percepções acabadas e absolutas perdem sua força na pesquisa, fazendo emergir uma realidade nova em constante processo de transformação como é o caso da internet e de sua relação com a arte. Mais especificamente, o próprio site de museu se traduz por mudanças estéticas, informativas e de recursos, com múltiplas facetas conceituais importantes, como reflexo de uma atuação presencial do museu, uma realidade concreta que dialoga com a cultura digital, mas também pode, às vezes, ignorá-la. Nesta pesquisa, para uma observação mais detalhada desse fenômeno digital e cultural dos museus, reconstruímos de forma empírica os sites do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand e do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.

Essa reconstrução foi realizada através de navegação atenta nos sites com o objetivo de esboçar parâmetros claros de trabalho para a observação de todo o universo dos museus paulistanos selecionados. Essa etapa metodológica compreende “os procedimentos de coleta das informações e das transformações destas em dados pertinentes à problemática geral”<sup>25</sup> para a formação de nosso objeto de estudo. A partir daí iniciamos

---

*co da produção científica*. São Paulo: EPU, 2001, p. 151

25 LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. “Modelo metodológico: as instâncias da pesquisa” (Capítulo VI). In: *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 7 ed., 2003, p. 128.

um diálogo com os profissionais responsáveis pelos sites. Os sites de museus são, portanto, parte de um universo amostral de forma qualitativa em que o objetivo é investigar o espaço decisório a partir dos resultados observáveis. Como a proposta é compreender e explicar o processo de escolha e todas as decisões decorrentes para se atingir determinado resultado na publicação de obras de arte na cena digital, trabalhamos para criar e estruturar um processo que seja ao máximo transparente numa pesquisa de campo. Sem apresentação explícita de um percurso analítico da pesquisa, entendemos que não há escolha nem transparência para se compreender a materialização dos sites como são hoje e assim não há como promovermos qualquer autonomia. Busca-se, portanto, entender as possibilidades que conduziram os profissionais para um resultado concreto observável nos sites dos museus.

## **2.2. Reconstrução empírica dos museus**

Como método de observação, optamos por definir parâmetros que nos ajudassem na reconstrução empírica dos sites de museus. Inicialmente, elaboramos um esboço partindo de dois sites de museus: MASP e MAC USP. Consideramos todos os aspectos que pudessem interferir na percepção da obra em cena digital e que fossem passíveis de intervenção de uma curadoria digital. A ideia foi dar voz aos sites como num diálogo para que a partir deles pudéssemos fazer emergir os critérios necessários de análise concreta e transparente. Ou seja, se pelo menos um museu apresentasse determinado recurso e este fosse considerado relevante, tomamos a iniciativa de incorporá-lo como um parâmetro. O esboço dos parâmetros ocorreu com a navegação sistemática e comparada pelos dois sites.

Certamente outros pesquisadores interessados no tema da curado-

ria digital podem discordar completamente enquanto que outros vão apenas questionar ou tolerar. Mas isso só será possível pela transparência de nosso trabalho em expor cada etapa, com suas fragilidades, dificuldades e decisões tomadas, além dos resultados apresentados. Esse esforço pode nos ajudar a iniciar um debate em torno da curadoria digital para que as obras de arte possam cada vez mais conquistar a internet de maneira adequada aos trabalhos já realizados pelos museus. Portanto, ao invés de julgar os sites dos museus, vamos tentar compreendê-los, destacando ações e possíveis caminhos rumo a uma reflexão. A proposta é criar um meio concreto, materializando o site, para se pensar algo novo e inovador de forma autônoma e não ditar regras a serem seguidas.

O resultado dessa tarefa<sup>26</sup>, incluindo o registro de algumas telas, nos permitiu observar antes de ir a campo sobre todos os outros sites de museus convidados. Com esse trabalho, conseguimos elaborar uma síntese para aumentar nossa capacidade analítica de observação de um número imenso de páginas e conteúdos de vários sites de museus. Com a síntese também será possível maior precisão nos dados com atribuição de significados diante de um olhar comparado.

Instituímos dois grupos denominados como Questões para Entrevista e Questões para Navegação. O primeiro grupo de questões exige entrevista com os responsáveis pelo site, ou seja, o diálogo previsto aconteceu por meio de indagações para uma observação interpretativa e interativa. O segundo grupo exige uma navegação pelo site do museu para responder “sim” ou “não” a partir de um diálogo em forma de observação, análise, comparação e retorno ao site. Também poderíamos chamar de “Checklist da Curadoria Digital”, uma vez que buscamos saber sobre a presença ou não de algum parâmetro. Para pontuar, atribuímos 1 (um)

---

26 Ver ANEXO - Teste dos parâmetros - MASP e ANEXO - Teste dos parâmetros - MAC USP.

para a presença e 0 (zero) para a ausência. Ressaltamos que a proposta não é dar um receituário para o desenvolvimento de sites para museus, mas sim viabilizar a discussão, destacando características, e promover a reflexão crítica sobre as decisões para manter uma obra em cena digital nos termos aqui trabalhados. A pontuação, nesse objetivo, ajuda a perceber o grau de intensidade na preocupação e no cuidado com algum parâmetro. As entrevistas também devem nos ajudar na interpretação da “Checklist”, ampliando nossa capacidade analítica por meio de um confronto entre a observação do pesquisador e a perspectiva dos responsáveis pelos sites dos museus.

Para os dois grupos de questões, tomamos o cuidado de refazer ou adaptar as abordagens para as entrevistas ou para a navegação pois entendemos que a objetividade dos parâmetros, na verdade, é uma construção dialogada que pode ser passível de revisão e ajuste, com a inclusão de novos fatores, a retirada de certas referências ou excluindo integralmente um determinado parâmetro. O mesmo pode ser feito pelos curadores digitais ou por quem assumir essa perspectiva de trabalho dentro do museu porque sem uma constante revisão pode transformar nosso percurso num receituário, anulando sua autonomia em outros contextos institucionais e tecnológicos.

## 2.3. Diálogo com os profissionais

Conforme o quadro abaixo, apresentamos as questões para os profissionais responsáveis pelos sites de museus:

QUESTÕES PARA ENTREVISTA	
Parâmetro	Questões
Responsável	Nome completo do responsável geral pelo site. Qual a sua formação? Qual a sua responsabilidade no projeto?
Definição	É um site de museu, um museu virtual, um blog, uma revista digital sobre artes? Como define o projeto digital na internet? Como essa informação é comunicada?
Dados gerais	Quando o museu entrou na internet pela primeira vez? Quando o projeto atual foi inaugurado? Quantos visitantes recebe por mês e por ano? Quantas obras podem ser apreciadas no projeto? Como o projeto é mantido financeiramente? Quantas pessoas estão envolvidas diretamente e quais as suas responsabilidades?
Identidade visual	Como a identidade visual foi pensada?
Apresentação das obras	Há muitas formas de apresentar uma obra no espaço físico e no ambiente digital não é diferente. Alguns apresentam as imagens das obras em telas brancas ou às expõe em cenários com variadas funções como zoom e mudança de cor de fundo. Pode-se ter a descrição da obra, breve análise de críticos e biografia do artista, vídeos relacionados etc. Enfim, como as obras são trabalhadas no site? Qual o critério de escolha? Como a obra foi pensada para ser apresentada? Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?
Software	Há uma infinidade de software livres ou proprietários que podem ser usados para que o projeto digital do museu possa ser gerenciado. Qual é utilizado? Como foi escolhido? Ou o gerenciador de conteúdo foi desenvolvido internamente ou por empresa contratada? Como foi desenvolvido? (apresente pontos importantes que possam ajudar outros museus nesse trabalho)
Recepção	Como os visitantes são ouvidos? Há algum trabalho ou processo ou meio no sentido de saber o que os visitantes pensam sobre o site?
Visão de futuro	O que o site representa para o museu no futuro?
Recomendação	Qual recomendação daria para um museu entrar na internet?

Para aplicar este questionário por meio de entrevistas, ligamos para o telefone informado pelo museu e solicitamos uma pessoa responsável pelo site. A solicitação de entrevista foi inicialmente feita por telefone e em seguida formalizada por e-mail. Após identificarmos como pesquisador selecionado pela bolsa da Funarte, apresentamos brevemente as questões aos entrevistados:

- Ademir José Maschio, coordenador do Núcleo de Informática do Museu Lasar Segall;
- Carla Regina de Oliveira, assessora de imprensa da Pinacoteca do Estado de São Paulo;
- Claudia Vada Souza Ferreira, historiadora e gerente cultural da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano;
- Fernando Lopes, coordenador de exposições do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura;
- Julie Belfer, coordenadora de negócios e marketing do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo;
- Patrícia Canetti, artista multimídia e criadora do Canal Contemporâneo<sup>27</sup>;
- Renata Toledo Geo, gerente de comunicação e relacionamento do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand;
- Sérgio Miranda, jornalista do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo; e
- Thomás Vasconcellos de Freitas Levy, assessor de imprensa do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.

---

<sup>27</sup> Embora o Canal Contemporâneo não seja um museu, mas sim um coletivo editorial, resolvemos incluir a artista multimídia Patrícia Canetti nas entrevistas por ser criadora da iniciativa que vem discutindo a arte no ambiente digital com quase dez anos de atuação junto com artistas, museus e usuários da internet.

Deixamos esses profissionais livres para responder às questões total ou parcialmente, pessoalmente ou por e-mail, com registro em áudio e vídeo ou apenas em áudio. Alguns museus se recusaram a gravar entrevista e outros nem aceitaram responder por e-mail após três tentativas por telefone e por e-mail, limite que consideramos razoável para abandonar o convite e respeitar o direito da instituição de se negar a participar ou colaborar com informações.

Portanto, as entrevistas foram registradas por e-mail, áudio e vídeo por escolha de cada profissional e sempre demonstramos nossa preferência por filmar para produzir um documentário<sup>28</sup> que pudesse auxiliar outros museus pelo Brasil na complexa tarefa de criar um site. Como muitos escolheram responder por e-mail, sugerimos o registro em áudio e vídeo para pelo menos duas ou três questões, geralmente escolhidas em conjunto com o entrevistado ou sugeridas pelo pesquisador dentre as respostas que consideramos mais relevantes para a produção do documentário e assim conseguimos cumprir essa etapa plenamente. Todos os entrevistados aceitaram assinar uma “Declaração de Direitos de Imagem”, cedendo todos os direitos de utilização da sua imagem à pesquisa. No Capítulo III vamos analisar todas as importantes passagens das entrevistas na perspectiva de uma curadoria digital e em confronto com diálogo que fizemos com os sites através da “Checklist da Curadoria Digital”.

## **2.4. Diálogo com os sites ou “Checklist da Curadoria Digital”**

Em função dos profissionais que foram convidados e que aceitaram dar entrevistas, selecionamos os sites das seguintes instituições:

---

28 Inclui a coletânea de todas as entrevistas em formato de DVD e é parte integrante desta pesquisa em ANEXO.

- Fundação Maria Luisa e Oscar Americano;
- MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo;
- MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo;
- MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo;
- MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand;
- MuBE - Museu Brasileiro da Escultura;
- Museu Lasar Segall; e
- Pinacoteca do Estado de São Paulo

Para cada uma das instituições, criamos uma coluna de pontuação para registrar o diálogo com os sites através de uma navegação sistemática. Realizamos essa tarefa considerando o esboço dos parâmetros realizado nos sites do MAC USP e do MASP, além de alguns ajustes necessários. Conforme o quadro abaixo, apresentamos os parâmetros para a navegação em cada um dos sites de museus:

## CHECKLIST DA CURADORIA DIGITAL

A penúltima coluna, identificada apenas como “Museu”, visa deixar um espaço para outros museus iniciarem uma análise de seus sites.

No site [www.curadoriadigital.com.br](http://www.curadoriadigital.com.br) vamos disponibilizar também essa “Checklist” com atualizações e ajustes para os museus preencherem e terem um visão breve de seus sites e iniciarem uma curadoria digital interna nos termos aqui propostos.

Após a navegação pelo site do museu, marcamos “✓” para parâmetro presente, significando 1 ponto, ou “✗” para parâmetro ausente, significando 0 ponto.

PARÂMETROS	MUSEUS									
	Fund. Oscar Americano	MASP	MuBE	MAC USP	MAM	MAS	Museu Lasar Segall	Pinacoteca	Museu	Pontuação
Primeira navegação	05/03/2010	05/03/2010	29/08/2010	05/03/2010	05/03/2010	29/08/2010	29/08/2010	05/03/2010	—/—/—	
Última navegação	01/05/2010	18/03/2010	29/08/2010	30/08/2010	10/04/2010	29/08/2010	29/08/2010	30/04/2010	—/—/—	
Nome do museu na página inicial	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8
Nome curto do museu na primeira página	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓		6
Contatos na página inicial ou a um clique	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8
Fotografia do edifício do museu na página inicial, a um clique ou como imagem de fundo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8
Acesso digital facilitado por um nome curto ou de fácil memorização	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓		6
História do museu num botão ou a um clique	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓		7
Cadastro para newsletter, boletim ou informativo com pelo menos o campo de e-mail para ser preenchido	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓		2
Formulário para contatar o museu com pelo menos campo de e-mail do remetente e de mensagem	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓		7

	Fund. Oscar Americano	MASP	MuBE	MAC USP	MAM	MAS	Museu Lasar Segall	Pinacoteca	Museu	Pontuação
Informações sobre como visitar o museu	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8
Informações sobre agendamento de visitas monitoradas	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✓		5
Mapa de como chegar ao museu	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓		5
Informações sobre o serviço educativo do museu	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓		6
Informações sobre a biblioteca do museu	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓		5
Serviço de busca no acervo da biblioteca	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗		3
Informações sobre cursos, palestras, debates e outros eventos	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗		6
Mapa do site sempre visível e que apresente de forma organizada todo o conteúdo	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗		3
Botão página inicial ou home sempre visível	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗		3
Mantém em todas as páginas um botão de ajuda	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗		0
Informações sobre a loja do museu	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓		4
Loja virtual do museu	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓		1
Informações sobre parceiros e patrocinadores	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓		6
Informações para jornalistas por meio de botão imprensa com releases, imagens e outros dados de atendimento	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓		5
Notícias do museu publicadas em jornais, revistas etc.	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗		1
Indicação de rede social ou comunidade virtual do museu	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓		6
Identidade visual se mantém em todas as páginas	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓		7
Apresenta conteúdo em mais de um idioma	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓		2
Apresenta algum recurso de acessibilidade	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓		3

OBRA EM CENA DIGITAL	Fund. Oscar Americano	MASP	MuBE	MAC USP	MAM	MAS	Museu Lasar Segall	Pinacoteca	Museu	Pontuação
Informações gerais sobre o acervo	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗		6
Acervo digitalizado e disponível para visualização	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓		7
Busca simples pelo acervo digitalizado	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗		6
Busca avançada pelo acervo digitalizado	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓		5
Informações gerais sobre a obra	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓		6
Informações técnicas sobre a produção da obra	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓		6
Informações críticas e/ou históricas sobre a obra	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗		2
Informações sobre o artista	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗		3
Utiliza áudio/vídeo	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓		3
Controle de zoom da imagem ou clique para aumentá-la	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		7
Controle da cor de fundo da imagem	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗		1
Indicação de exposição	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗		0
Primeira página destaca pelo menos uma obra de arte do acervo	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓		6
Obra de arte clicável na primeira página nos leva para informações relevantes sobre ela ou sobre uma exposição ou evento que a considere	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓		5
Informações sobre exposições	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		7
Obras digitalizadas das exposições	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓		5
Exposição digitalizada ou visita virtual	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✓		3
Obra digitalizada da exposição clicável nos leva à mesma peça do acervo	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗		0
Glossário com termos do campo da arte	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗		1

Na última coluna, apresentamos uma totalização com o objetivo de perceber o grau máximo (8) e mínimo (0) na intensidade da preocupa-

ção e do cuidado com algum desses parâmetros da “Checklist” que serão justificados e analisados no Capítulo III.

## 2.5. Diálogo com os usuários

Durante a execução dos diálogos na fase de observação por meio das entrevistas e navegação pelos sites, sentimos a necessidade de dialogar com outro grupo de pessoas que consideramos fundamental para uma visão mais integral da realidade dos sites de museus — os usuários dos sites. Diferente dos profissionais que atuam nos museus e conhecem de certa forma a instituição e sua comunicação realizada na internet, os usuários são aqueles que utilizam o site com algum objetivo: visitar o museu presencialmente, conhecer obras do acervo, saber das exposições etc. Portanto, de certa forma, nosso diálogo com os usuários pode trazer a fala daqueles para os quais os sites são construídos, completando nossa visão sobre a realidade dos sites de museus. Através do endereço [www.curadoriadigital.com.br/pesquisa](http://www.curadoriadigital.com.br/pesquisa) fizemos a seguinte abordagem para selecionar alguns usuários:

QUESTÕES PARA USUÁRIOS
Já visitou algum site de museu de arte na internet? Se a sua resposta é “sim”, você pode colaborar com nossa pesquisa respondendo a algumas questões. Os resultados desse trabalho serão enviados a todos os participantes. Sua colaboração vai ajudar a melhorar os sites dos museus e os esforços em aproximar a arte do público.

<p>Quais sites de museu de arte visitou ultimamente? *</p> <p><input type="checkbox"/> www.fundacaooscaramericano.org.br - Fundação Maria Luisa e Oscar Americano</p> <p><input type="checkbox"/> www.mube.art.br - Museu Brasileiro da Escultura</p> <p><input type="checkbox"/> www.mac.usp.br - Museu de Arte Contemporânea da USP</p> <p><input type="checkbox"/> www.mam.org.br - Museu de Arte Moderna de São Paulo</p> <p><input type="checkbox"/> www.masp.art.br - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand</p> <p><input type="checkbox"/> www.museuartesacra.org.br - Museu de Arte Sacra de São Paulo</p> <p><input type="checkbox"/> www.mls.gov.br - Museu Lasar Segall</p> <p><input type="checkbox"/> www.pinacoteca.org.br - Pinacoteca do Estado de São Paulo</p> <p><input type="checkbox"/> Outro:</p>
<p>Qual a sua motivação para visitar esses sites de museus? *</p>
<p>Usando a imaginação e sua experiência como usuário de internet, o que gostaria de encontrar nos sites de museus? *</p>
<p>Ao navegar nesses sites de museus, teve algum problema ou dificuldade? *</p> <p><input type="checkbox"/> não</p> <p><input type="checkbox"/> sim</p>
<p>Se respondeu "sim" na questão anterior, qual foi o problema ou a dificuldade encontrada? Tem alguma sugestão de solução?</p>
<p>Tem o hábito de pesquisar na internet antes de visitar uma exposição de arte presencial? *</p> <p><input type="checkbox"/> sim</p> <p><input type="checkbox"/> não</p>
<p>Em qual rede social já obteve alguma informação relevante sobre arte, museus e exposições? *</p> <p><input type="checkbox"/> Nenhuma rede social</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook</p> <p><input type="checkbox"/> MySpace</p> <p><input type="checkbox"/> Twitter</p> <p><input type="checkbox"/> Flixster</p> <p><input type="checkbox"/> LinkedIn</p> <p><input type="checkbox"/> Outro:</p>

Qual o seu e-mail? *
As questões com asterisco (*) foram definidas como obrigatórias, exigindo uma resposta.

A divulgação da pesquisa com o link para o formulário on-line ocorreu no Facebook e entre os conhecidos do pesquisador e o preenchimento foi realizado por 13 pessoas entre os dias 19 de julho e 10 de agosto de 2010.

Na primeira questão, os museus visitados foram: MASP (6), MAM (3), Pinacoteca (6), MAC (3) e MuBE (3). O número indica a quantidade de citações. Outros museus não foram lembrados. Com essa informação, selecionamos os quatro primeiros museus para testar seus sites entre os usuários.

Sobre as motivações, os participantes informaram que buscam saber sobre “exposições em cartaz”, “conhecer os espaços”, “acervos”, “espaços para eventos”, “adquirir novos conhecimentos”, “interesse em visitar o museu”, “saber da programação, horários, preços”, “ver as obras antes de visitar”, “para escrever projetos de educação ambiental”, “sou amante da arte”, “pesquisar sobre o tema da arte ou sobre autores”.

Sobre o que gostaria de encontrar, escreveram: “vídeos que mostrassem as exposições”, “animações em 3D”, “visita virtual”, “cursos... na plataforma virtual”, “visualização do acervo”, “descritivo das obras... com uma biografia”, “conteúdo imagem”, “informações básicas como localização, horário, histórico institucional... fundamental os sites funcionarem como diários dos museus”, “zoom que possibilitasse ver os pequenos detalhes das obras e podcast falando sobre a obra, artista e curiosidades”, “layouts mais modernos”, “obras de clássicos... estudos de algumas obras”, “acervo que não está na mostra”, “links direcionados a

patrocinadores de eventos culturais”, “história da arte”, “história dos expositores”, “encontrar informações de maneira rápida e fácil”, “imagens em tamanho grande”.

Sobre problemas de navegação ou dificuldades, apenas dois responderam “sim”, informando que “alguns sites são um pouco confusos para achar as informações básicas” e “às vezes a informação estava muito escondida ou foi difícil de chegar até ela”. Dessas duas respostas, apenas o participante da última sugeriu “disponibilizar um menu com todos os itens na página inicial como se fosse um mapa do site mas de maneira simples, com a categoria e os tópicos”.

Considerando as motivações, as dificuldades e as informações sobre o que gostariam de encontrar, decidimos focar o teste no acesso às exposições e aos acervos dentro dos sites.

Sobre o hábito de pesquisar a internet antes de visitar uma exposição de arte presencial, praticamente todos responderam que “sim”, mostrando a importância dos sites de museus entre os usuários participantes.

Sobre as redes sociais, Twitter e Facebook foram as mais citadas. MySpace e LinkedIn foram citadas apenas uma vez. Essas informações nos ajudaram a perceber quais das redes sociais são mais utilizadas no campo das artes.

Embora a quantidade de participantes não seja representativa, consideramos pertinente o perfil de todos para os objetivos da pesquisa em selecionar usuários para testar os sites, além de nos ajudar qualitativamente a direcionar essa etapa de observação dialogada. Portanto, analisando brevemente todas as respostas ao questionário, consideramos os participantes qualificados.

Fizemos um convite por e-mail a todos para uma conversa informal sobre a visita de dois sites indicados na hora e que tudo seria filmado com a necessidade de assinar uma “Declaração de Direitos de Imagem” da mesma forma que fizemos com os profissionais dos museus. Também gravamos o movimento do mouse dentro do site, permitindo uma análise mais apurada das dificuldades. Como agradecimento pelo tempo dedicado, oferecemos um vale-presente da Livraria Cultura no valor de R\$ 50,00, uma prática comum em testes dessa natureza.

Das três pessoas que retornaram demonstrando interesse, apenas duas participaram efetivamente da conversa sobre os sites de museus por meio de uma navegação registrada e conduzida pelo pesquisador:

- Maria Alexandra Ferreira Gomes, estudante de Relações Públicas;  
e
- Mônica Candido, jornalista.

Sabemos que o perfil de profissionais ligados à comunicação, como os de Relações Públicas e Jornalismo, pode comprometer os testes porque são usuários mais familiarizados com o ambiente da internet, reduzindo bastante as dificuldades de navegação. Recomendamos aos curadores digitais que selecionem usuários de acordo com o perfil de público que pretende atingir com o site e também de acordo com os recursos disponíveis como a lista de visitantes ou o cadastro de e-mails pelo site. Para os objetivos da nossa pesquisa, visando uma reflexão em torno das obras em cena digital, consideramos o perfil escolhido adequado, uma vez que fizemos uma pré-seleção com várias questões sobre sites de museus. É importante desmistificar esse trabalho porque muitas instituições culturais tem pouco ou nenhum recurso financeiro para contratar profissionais ou empresas especialmente para esse fim de testar os sites. Por isso, citamos a orientação de Steve Krug, consultor de usabilidade de sites:

“Testar um usuário é 100 por cento melhor do que não testar nenhum. Os testes sempre funcionam, e até mesmo o pior teste com o usuário errado lhe mostrará coisas importantes que você pode fazer para melhorar seu site. Sugiro, nos meus seminários, que sempre se faça um teste ao vivo com cinco usuários, de modo que as pessoas possam ver que é muito fácil fazê-los e eles sempre produzem uma abundância de conhecimentos valiosos. Peço um voluntário e faço com que ele tente executar uma tarefa em um site pertencente a uma das outras pessoas assistindo. Estes testes duram menos de dez minutos, mas a pessoa, cujo site está sendo testado, geralmente rabisca diversas páginas com anotações.”<sup>29</sup>

Krug esclarece também que é difícil ver o site como algo novo depois de trabalhar nele por semanas ou meses e por isso a importância de testá-lo com a ajuda de um voluntário para ver se ele realmente funciona como planejado. Com esse cuidado, o curador digital perceberá que as pessoas pensam de forma diferente diante do site e que há muitas percepções que não são tão óbvias quanto parece. Embora o nosso teste tenha sido realizado em site já inaugurado, recomenda-se testá-lo antes mesmo de sair do papel. “Testar um usuário no início do projeto é melhor do que testar 50 próximo ao final”<sup>30</sup> porque as informações adquiridas podem ser usadas para melhorar o site desde o planejamento. Isso é possível por meio de cartões com termos que serão utilizados para identificar os menus no futuro site e através de um questionamento simples e atento. Com as percepções, a experiência e o bom senso do curador digital, pode-se ajustar o projeto e testar novamente a cada nova etapa, num verdadeiro processo de diálogo. Ou seja, se buscamos com os sites de museus uma

---

29 KRUG, Steve. *Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006, p. 134.

30 *Ibidem*.

interatividade com o público, precisamos praticar esse hábito a partir do planejamento, testando, ajustando e testando novamente para atender plenamente a quem se destina todo o trabalho. É nesse processo que o imprevisível pode se revelar e ajudar a curadoria digital na importante tarefa de aproximar o público da arte através de um site testado.

Antes do teste que realizamos nesta pesquisa, informamos ao participante que ele poderia falar ao navegar, comentando sua experiência e suas dificuldades, e que o objetivo não era avaliá-lo, mas sim testar o funcionamento do site. A conversa informal consumiu cerca de 30 minutos e consistiu em solicitar algumas tarefas básicas no navegador Internet Explorer:

- entrar no site de um museu (o pesquisador forneceu apenas o nome e não o endereço na internet);
- escolher uma exposição para visitar no próximo final de semana;
- fornecer informações básicas da exposição;
- localizar uma obra de arte no acervo do site (o pesquisador forneceu apenas o nome da obra);
- fornecer informações básicas da obra.

Muitas outras tarefas poderiam ser dadas para os usuários executarem e a curadoria digital encarregada dessa etapa deve avaliar junto ao museu quais são críticas e decisivas para desenvolver um trabalho analítico mais aprofundado capaz de trazer soluções viáveis para o site. Além de exemplificar, o objetivo aqui é contemplar o usuário como um sujeito que traz o imprevisível e que pode nos orientar na hora de construir e manter um site de museu. Ao longo dessa pesquisa, ressaltamos a importância da curadoria digital ter uma atuação reflexiva, investigativa e, sobretudo, dialogada. Nesta etapa, é fundamental essa postura pois a

condução do teste pode não ser a mais adequada, exigindo ajustes e adaptação do processo. As perguntas do condutor, as instruções, a interpretação, tudo pode interferir no processo e na maneira como o usuário vai agir e reagir. Pensar sobre essa prática, rever percursos e até definir os termos usados no teste faz parte de uma postura responsável da curadoria digital engajada em fazer um site de forma autônoma e voltado para as obras do acervo e o interesse do público.

O primeiro teste foi realizado no site da Pinacoteca e as obras a serem encontradas foram “Passagem da Humaitá”, de Victor Meireles, e “Bananas e metal”, de Pedro Alexandrino. Maria Alexandra Ferreira Gomes conseguiu realizar todas as tarefas, mas com algumas dificuldades. Iniciou sua navegação pelo Google para localizar o endereço da Pinacoteca pois apenas fornecemos o nome do Museu. Facilmente escolheu uma exposição e foi comentando: “só escrito e tem o áudio que dá para auxiliar um pouco” (sobre o texto da exposição que escolheu); “como passei em frente e vi algumas coisas e vi alguma coisa na televisão, então eu sei que tem algumas esculturas”; “como tenho duas filhas gosto de levar elas para verem e imaginarem”; “nenhuma, tem que estar lendo para ver” (em resposta: dá para saber de alguma escultura presente na exposição?); “acho interessante ter quais horários das visitas monitoras, alguma atividade extra, ter alguma atividade direcionada para criança”; “pela busca não deu” (buscando “Passagem da Humaitá”); “acho que voltaria para o Google” (em resposta: onde também poderia buscar a obra?); “Victor Meireles” (achou no Google); “se não sei o nome do artista, não consigo achar a obra; tive que ir no Google para achar o nome do artista e voltar para achar a obra”; “parece uma pintura”, “não é grande”; “pouquíssimas... não tem a data” (sobre as informações da obra “Bananas e metal”); “o processo de busca não supre a necessidade”; “seria muito interessante um podcast, poderia enriquecer mais ainda, deixa disponível no site, a

pessoa baixa e vai... porque nunca fiz visita monitorada na Pinacoteca”.

O segundo teste foi realizado no site do MAC USP e as obras a serem encontradas foram “Estrada de Ferro Central do Brasil”, de Tarsila do Amaral, e “A Boba”, de Anita Malfati. Maria Alexandra Ferreira Gomes conseguiu realizar todas as tarefas, mas com algumas dificuldades também. Iniciou sua navegação também pelo Google para localizar o endereço do MAC USP pois apenas fornecemos o nome do Museu. Facilmente escolheu uma exposição e foi comentando: “não conheço”; “estava muito alto” (em resposta: te incomoda o som que começou a tocar no site?); “é uma escultura, mas não fala se é bronze...”; “eles abrem muita janela também; acho mais fácil na mesma”; “não achei” (após tentar na busca “Estrada de Ferro Central do Brasil”); “aquela hora eu tinha procurado pelo título e ele procurou pelo autor”; “não consigo achar”; “, quanta coisa... está em movimento, está em movimento” (apontou incomodada para várias imagens em movimento); “a foto da obra eu não encontro”; “achei muito confuso”; “eu iria buscar mais informações no Google” (para achar “A Boba”). Ao final, fez uma recomendação: “acho que eles poderiam deixar tudo numa aba só que fica mais fácil... tem muita informação; e aqui fica em movimento e as vezes pode atrapalhar; e como tenho amigos na sala de aula que são cegos, um podcast acho que é algo muito importante”.

O terceiro teste foi realizado no site do MAM e as obras a serem encontradas foram “A lenda da piramutaba”, de Moacir Andrade, e “Diálogo IX”, de José Roberto Aguilar. Mônica Candido conseguiu realizar todas as tarefas, mas com algumas dificuldades. Seus comentários: “por ser uma exposição de fotografia eu imaginava que tivesse algumas imagens, uma coisa visual mesmo para chamar para a exposição”; “acho que não está atrativo do ponto de vista visual”; “aqui só está início e término, nem o horário eles puseram”; “não está muito claro”; “parece que falta

informação”; “estou tentando a busca aqui, parece que está desativado” (referindo-se à busca); “a busca deles não encontra nada; só se eu escrevi errado” (ao tentar encontrar “A lenda da piramutaba”); “prefiro voltar no Google e pesquisar”; “não prestei atenção”; “é interessante porque não achou nessa busca”; “eu não tenho noção” (sobre a dimensão); “poderia ter mais informações sobre o pintor e a obra também”; sobre a obra “Diálogo IX” achou fácil.

O quarto e último teste foi realizado no site do MASP e as obras a serem encontradas foram “Passeio ao Crepúsculo”, de Vincent Van Gogh, e “Busto de Homem (O Atleta)”, de Paplo Picasso. Mônica Candido conseguiu realizar todas as tarefas, mas com algumas dificuldades. Seus comentários: “carregou mais rápido”; “aqui já tem uma imagem pelo menos para ilustrar a exposição para mim”; “já me deu uma informação visual”; “achei o conteúdo mais fácil de visualizar”; “não tem uma busca... pelo menos aparentemente”; “tem uma busca aqui que tem mais opções”; “está bem detalhada os dados técnicos” (sobre a apresentação do “Passeio ao Crepúsculo”); sobre o “Busto de Homem (O Atleta)” encontrou rapidamente. Fez um balanço: “o MAM tem que resolver o problema da busca porque aí fica parecendo que há um problema no site e usar o que o MASP usa, pelo menos dando algumas informações do acervo...”; “a busca do MASP é muito boa mas deveria ter link na home”.

No Capítulo III vamos confrontar as informações obtidas no teste dos sites de museus com as entrevistas e a “Checklist da Curadoria Digital”. Num breve balanço dos testes, percebemos que os sites falam de certa forma através dos comentários durante a navegação. Quando Maria Alexandra Ferreira Gomes diz “pela busca não deu” ou “não consigo achar” e vai até o Google porque não encontrou “Passagem da Humaitá” nem “Estrada de Ferro Central do Brasil” no MAC USP, é preciso pararmos para pensar se o site está nos dizendo algo que precisa ser ouvido.

Mesmo havendo a possibilidade desta usuária estar desatenta ou da condução ter sido errada, a curadoria digital precisa investigar pois o objetivo não é avaliar o usuário mas sim o site onde ele e outros visitantes vão entrar. Será que, ao analisarmos a tela de navegação desse teste, podemos ter algumas pistas sobre o que aconteceu? Será que é possível melhorar algo ou facilitar ainda mais a vida do usuário na busca, no destaque de uma exposição? Essas perguntas são importantes antes de colocarmos a culpa naqueles que queremos como visitantes. Ela também fez sugestões que não precisam ser acatadas por nenhum museu, mas se tivermos recursos e tempo teremos material para saber por onde começar.

Mônica Candido também enfrentou dificuldades com as buscas do MAM e do MASP. Ela questionou o fato de uma exposição de fotografia divulgada não apresentar uma fotografia pelo menos, revelando sua sensação: “acho que não está atrativo do ponto de vista visual”. Em alguns momentos, ela duvidou dela mesma, dizendo “só se eu escrevi errado”.

Enfim, há uma riqueza de informações quando nos colocamos abertos para investigar no nível de planejamento ou funcionamento de um projeto e os testes realizados por uma curadoria digital atenta podem extrair uma novidade quando tudo nos parece bastante familiar como os sites que construímos.

## **CAPÍTULO III**

# **Parâmetros de uma autonomia**

## 3.1. O espaço institucional do museu

O trabalho da curadoria digital no Capítulo II buscou reconstruir empiricamente os sites de museus a partir de uma metodologia e de uma observação por meio do quadro “Checklist da Curadoria Digital” e de um diálogo com profissionais<sup>31</sup> e usuários. O objetivo agora é analisar as informações obtidas e trazer reflexões e caminhos para que outros museus possam iniciar uma curadoria digital em torno dos seus sites desde a fase de planejamento, passando pelo desenvolvimento, até a de manutenção e reformulação.

Num primeiro momento, quando se busca autonomia, o ideal é que o site do museu seja desenvolvido internamente por uma equipe que dialogue com todas as áreas e que exista uma curadoria digital ou alguém que assuma essa responsabilidade, pensando, cuidando e agindo para materializar um projeto adequado à instituição e que seja sustentável em atualização, manutenção e financeiramente. Porém, a realidade pode não ser ideal e mesmo assim é possível fazer um bom trabalho se alguns cuidados forem observados.

Thomás Vasconcellos de Freitas Levy, assessor de imprensa do MAS, informa que o site “foi desenvolvido fora do museu”<sup>32</sup>. Neste caso, é importante que sua atualização seja feita internamente a fim de dar maior agilidade na publicação dos conteúdos. No MASP, segundo Renata Toledo Geo, gerente de comunicação e relacionamento do Museu, algumas informações são atualizadas por ela: “eu coloco ali a informação que eu preciso e na mesma hora eu publico e já vai para o site”<sup>33</sup>.

---

31 Para ter acesso às entrevistas transcritas integralmente, consulte ANEXOS.

32 LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

33 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria

Essa realidade também acontece na Pinacoteca, segundo Carla Regina de Oliveira, assessora de imprensa da instituição: “com o novo site no ar, a gente tem uma atualização 100% nossa, feita pela equipe do Museu, o que nos possibilitou grandes ganhos”<sup>34</sup>. Mesmo que outras áreas do site sejam atualizadas por uma empresa contratada, é fundamental haver ferramentas administrativas on-line para permitir uma atualização imediata por uma equipe interna, principalmente para os conteúdos voltados para exposições, eventos, cursos e notícias. Se o museu não tem estrutura interna para desenvolver e dar manutenção a um site e contrata uma empresa, todos os departamentos devem ser ouvidos e contemplados como acontece no Museu Lasar Segall. “Todas as áreas participam elaborando conteúdos que aí passam pela direção que, em comum acordo, faz os acertos”<sup>35</sup>, explica Ademir José Maschio, coordenador do núcleo de informática do Museu. A empresa ou agência contratada precisa ter alguma afinidade com a área cultural para evitar problemas de compreensão na condução dos trabalhos. Maschio alerta que “num primeiro momento é um choque porque o desenvolvedor de site às vezes ele não tem o conhecimento da área”<sup>36</sup>. Nesses casos, o diálogo e a documentação por meio de um *briefing* objetivo e detalhado de todas as tarefas pode minimizar as dificuldades. Outro caminho é a parceria, como ocorre no MASP há algum tempo, tomando o cuidado para uma relação adequada aos objetivos e valores do Museu como uma instituição voltada para a cultura e para a preservação do patrimônio artístico. O uso de banners no site pode ser um transtorno se não for bem definido na relação de parceria que considera

---

Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

34 OLIVEIRA, Carla Regina de. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/05/2010 e 25/05/2010.

35 MASCHIO, Ademir. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/05/2010 e 23/06/2010.

36 Ibidem.

alguma permuta dessa natureza. No site antigo do MASP “as propagandas eram de várias coisas diferentes e nada tinham a ver com a área de artes e cultura”<sup>37</sup>, gerando insatisfação e até constrangimentos. O museu também deve ficar atento para “buscar realmente uma agência que tenha interesse na área cultural e propor contrapartidas”<sup>38</sup> através da troca de serviços que sejam do interesse de ambas as partes.

Quando analisamos o primeiro bloco de parâmetros da “Checklist da Curadoria Digital”, pensamos na construção do site a partir da instituição do museu e no seu posicionamento na internet. Fizemos visitas aos sites dos museus levando em conta pelo menos cinco cliques a partir da página inicial. O primeiro parâmetro da “Checklist” é “Nome do museu na página inicial” e consideramos importante lembrar para identificar a instituição e diferenciá-la de outras iniciativas digitais na internet, além de contextualizar as obras no espaço museológico. Muitas vezes, as obras são apresentadas na página inicial para divulgar uma exposição e o nome do museu deve aparecer com destaque para associar a peça do acervo à instituição que a mantém ou que está divulgando por ocasião de alguma exposição. Todos os sites seguem esse parâmetro básico (Imagem 1 a 8) e por isso a pontuação foi máxima: 8.

Já o parâmetro “Nome curto do museu na primeira página” ajuda a marcar o espaço das obras num ambiente como a internet, onde essa prática de identificação breve costuma estabelecer relações de afeto e proximidade, contribuindo também para a memorização. Apenas dois sites não estão de acordo com esse parâmetro (Imagem 1 e 7).

Para estabelecer rapidamente o território físico do museu onde se

---

37 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezzer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

38 Ibidem.

pode visitar uma exposição e suas obras, o parâmetro “Contatos na página inicial ou a um clique” deve ser considerado, assim como o registro figurativo por meio de “Fotografia do edifício do museu na página inicial, a um clique ou como imagem de fundo”. Esse cuidado pode garantir à instituição do museu uma associação mais rápida e direta entre a materialidade do museu e sua atuação digital, justificando a pontuação máxima para ambos os casos, revelando uma efetiva ação nos sites (Imagem 1 a 8).

A preocupação com o “Acesso digital facilitado por um nome curto ou de fácil memorização” se justifica porque o erro de apenas uma letra no campo de endereço do navegador de internet interfere diretamente na possibilidade ou não de entrar no site do museu e um domínio breve reduz consideravelmente uma situação de erro no navegador ou de ser redirecionado para outro espaço, sem vínculo com a instituição. A maioria dos sites visitados seguem esse parâmetro (Imagem 2, 3, 4, 5, 6 e 8).

Nessa reconstrução empírica dos sites, esses parâmetros iniciais garantem o primeiro contato com a instituição e sua identificação, o que permite conscientemente ir adiante por decisão do usuário. Nos testes de usabilidade que fizemos com usuários, Maria Alexandra Ferreira Gomes e Mônica Candido iniciaram sua navegação a partir do Google pois o condutor forneceu apenas o nome do museu. A partir do momento que chegaram até o site e o reconheceram, seguiram em frente para execução da tarefa de escolher uma exposição. Na verdade, o reconhecimento se deu justamente por esses parâmetros de identificação pois em alguns casos a usuária não conhecia o museu e em outros havia um tempo sem visitá-lo na internet.



Imagem 1: Página inicial da Fundação Maria Luísa e Oscar Americano.

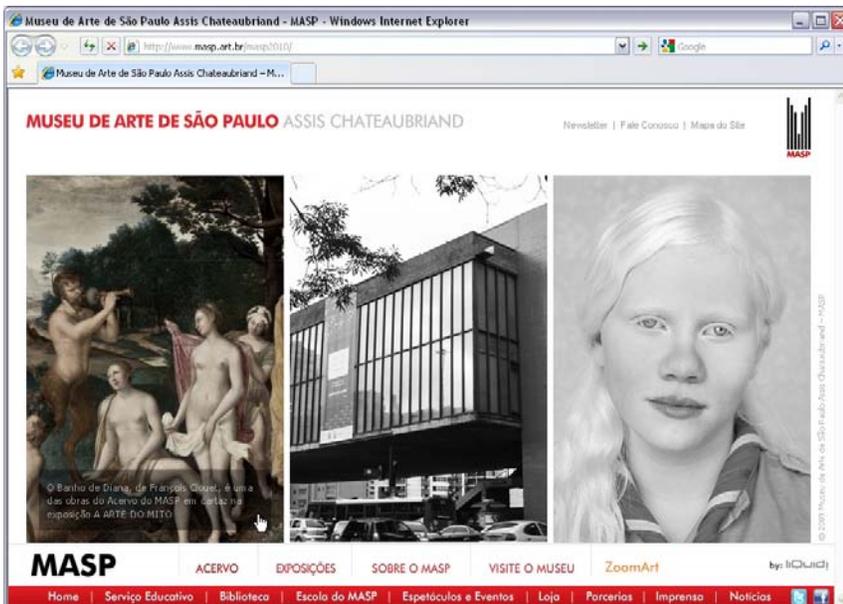


Imagem 2: Página inicial do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.



Imagem 3: Página inicial do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura.

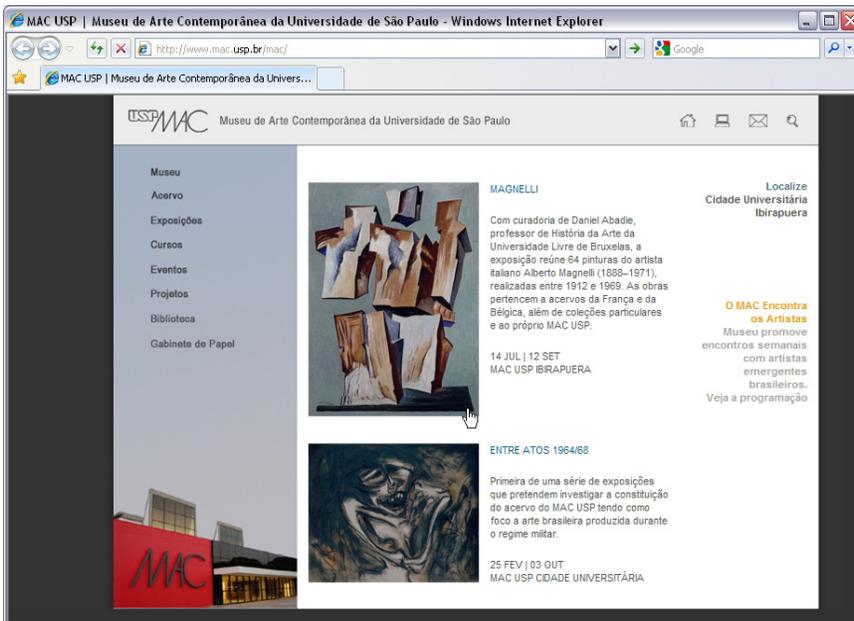


Imagem 4: Página inicial do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.



Imagem 5: Página inicial do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.



Imagem 6: Página inicial do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.

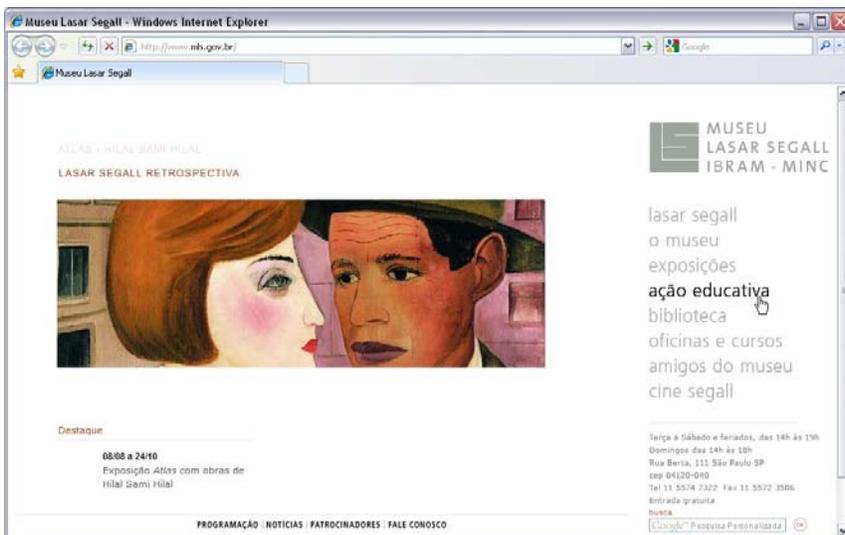


Imagem 7: Página inicial do Museu Lasar Segall.



Imagem 8: Página inicial da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Num segundo momento de visitação, definimos o parâmetro “História do museu num botão ou a um clique” porque tanto o espaço físico quanto o digital não podem prescindir de marcas temporais. Não se trata apenas de traçar cronologias ou de registrar grandes acontecimentos, mas sim de articular significados relevantes envolvendo diversos agentes como diretores, conselheiros, curadores, artistas, políticos, doadores, dentre outros nomes importantes para a constituição daquele museu, de seu acervo e de sua atuação no mundo das artes. Também pode ser trabalhado neste parâmetro aspectos locais, da comunidade, acontecimentos nacionais e internacionais que ajudam a contextualizar a existência do museu. Consideramos importante que a narrativa seja também figurativa, além de textual e crítica, para desenvolver uma história como acontecimento e também como reflexão estética. Todos os sites seguem essa tendência. A exceção foi o site do MAM que exige do usuário dois cliques, um para abrir “Sobre o MAM” e outro para “História” (Imagem 5).

Quando apresentamos o parâmetro “Cadastro para newsletter, boletins ou informativo com pelo menos o campo de e-mail para ser preenchido”, entendemos que o museu pode manter contato digital ativo, ou seja, além de receber visitas no site, pode-se ir até o visitante por meio de uma caixa-postal, enviando um e-mail e firmando uma comunicação direta com o envio de avisos de exposições, alertas com destaques, notícias ou qualquer nova atualização relevante. Por meio de uma newsletter, boletim ou informativo enviados com periodicidade, esse trabalho de comunicação pode ser efetivado pois não faz sentido pegar dados dos visitantes para não enviar qualquer mensagem. Formar um mailing com esses dados é fundamental para garantir algum vínculo com o público do museu e certa continuidade na relação com a arte. Como tema das mensagens, por exemplo, podemos ter agenda de cursos, aviso de novas exposições, artigos, palavra do curador, horários alterados para funcionamento, novas

adquisições no acervo, encontros com os artistas. Poucos sites adotam essa prática (Imagem 9 e 10).



The image shows a screenshot of a web browser displaying the website of the Pinacoteca do Estado de São Paulo. The browser's address bar shows the URL <http://www.pinacoteca.org.br/pinacoteca/default.aspx?c=newsletter>. The website's header features the logo "PINACOTECA de SÃO PAULO" and navigation links for "Podcast", "Twitter", "Fale Conosco", and "Cadastre-se". A search bar labeled "BUSCA" is also present. Below the header, a horizontal menu lists various sections: HOME, INSTITUCIONAL, SERVIÇOS, EXPOSIÇÕES, ACERVO, EDUCAÇÃO, APÓIE, IMPRENSA, LOJA, and CURRICULOS. The main content area is titled "Cadastro" and includes the instruction "Preencha o formulário abaixo para receber as novidades da Pinacoteca!". The form contains several input fields: "Nome\*", "Sexo\*" (with a dropdown menu set to "Escolha o sexo"), "Data de nascimento\*", "Escolaridade\*", and "Email\*". A "Enviar" button is located at the bottom of the form.

**Imagem 9:** Parâmetro “Cadastro para newsletter, boletim ou informativo com pelo menos o campo de e-mail para ser preenchido” no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Outra via de acesso altamente recomendável está presente no parâmetro “Formulário para contatar o museu com pelo menos campo de e-mail do remetente e de mensagem” para que se possa estabelecer um canal digital de comunicação completo e direto, ou seja, para que qualquer pessoa possa iniciar um contato com o museu através da internet. Internamente, o museu deve encaminhar as mensagens para os profissionais responsáveis conforme o assunto ou o próprio formulário pode ser programado para essa operação, fazendo chegar automaticamente as mensagens em um departamento específico do museu. A maioria, neste caso, adota esse parâmetro no site.

Para aqueles que querem fazer uma visita presencial com ou sem

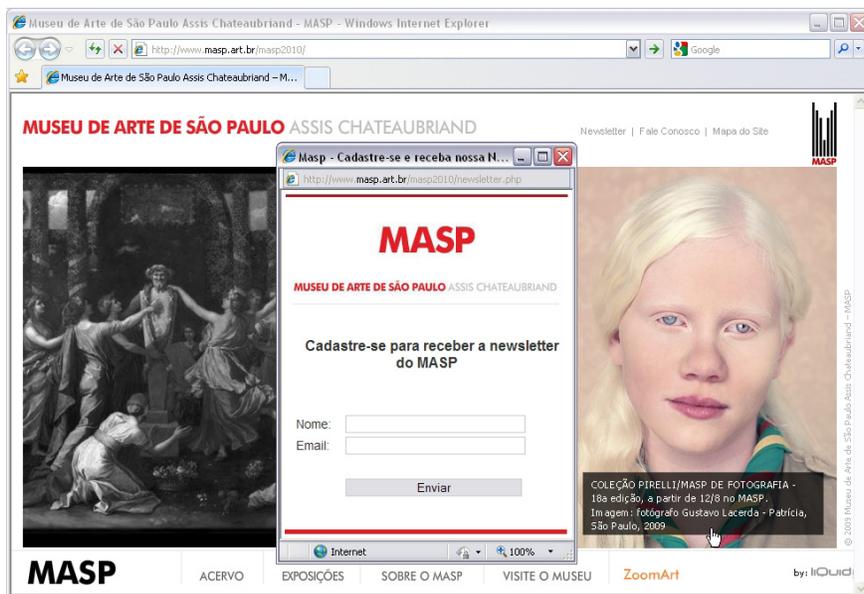
orientação de monitores, o site do museu pode oferecer “Informações sobre como visitar o museu” e “Informações sobre agendamento de visitas monitoradas” com horários, telefones e outros dados sobre este serviço. Todos os museus estão sintonizados e por isso a pontuação foi máxima para o primeiro caso e a maioria oferece informações no site para o agendamento de visitas monitoradas. Entretanto, os testes de usabilidade indicaram o contrário. Maria Alexandra Ferreira Gomes não achou facilmente os horários para visitação quando estava na página de uma exposição da Pinacoteca. Comentou ao ser questionada: “acho interessante ter quais horários das visitas monitoras, alguma atividade extra, ter alguma atividade direcionada para criança”. Mônica Candido, por outro lado, ficou surpresa ao escolher uma exposição: “aqui só está início e término, nem o horário eles puseram”. Nossa interpretação, registrando o parâmetro e acompanhando o percurso na tela de navegação das duas, revela que os sites de museus estão preocupados com as visitas presenciais e publicam as informações necessárias, mas não perceberam que as exposições são textos informativos que exigem a prestação de serviços como os horários. Se o museu quer manter em um único lugar as informações para visitas, pode facilmente minimizar essas dificuldades publicando um link em destaque no próprio texto de divulgação da exposição. Dessa forma, se o usuário quiser visitar, rapidamente pode dar um clique, tomar a decisão e planejar sua agenda.

Para facilitar ainda mais o acesso do visitante, pode-se ainda disponibilizar “Mapa de como chegar ao museu”, informando também sobre meios de transporte, estacionamentos e outros serviços para garantir uma experiência agradável na visita presencial. A maioria oferece o serviço e alguns até publicam fotografias por satélite (Imagem 11) com as ruas próximas. Com o serviço Google Maps<sup>39</sup>, pode-se ter essa facilidade, pu-

---

39 GOOGLE MAPS, <http://maps.google.com.br>, visitado em 30/05/2010.

blicando um simples link para o mapa do museu ou por meio de uma simples integração, incorporando o mapa ao corpo do site.



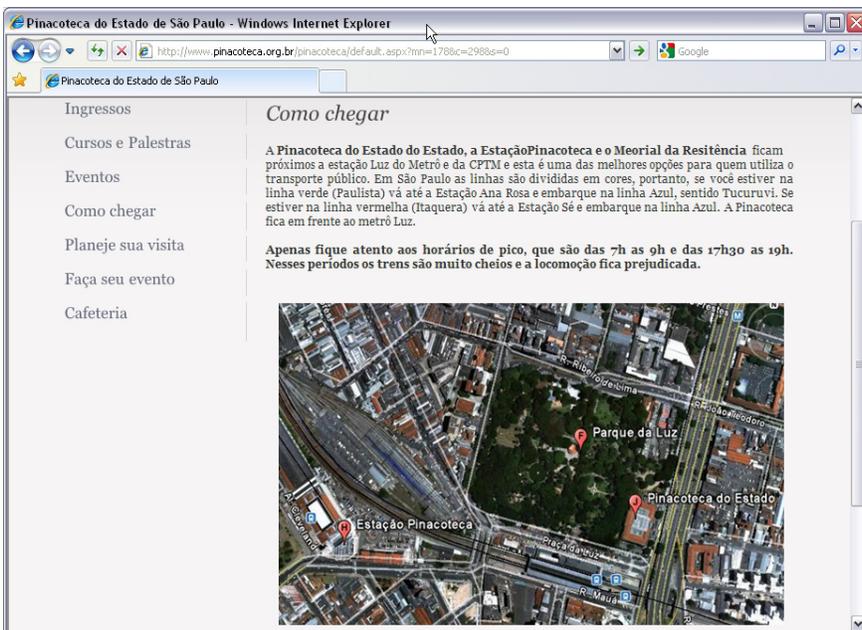
**Imagem 10:** Parâmetro “Cadastro para newsletter, boletim ou informativo com pelo menos o campo de e-mail para ser preenchido” no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.

Nessa relação estabelecida com o usuário, podemos ter ainda um trabalho desenvolvido para ajudar professores, alunos e outros educadores no contato com as obras do acervo por meio do parâmetro “Informações sobre o serviço educativo do museu” que é praticado pela maioria dos sites de museus. E para aprimorar ainda mais o conhecimento sobre artes, pode-se ainda oferecer “Informações sobre a biblioteca do museu” como boa parte dos sites já o fazem. Uma minoria complementa com um “Serviço de busca no acervo da biblioteca” pois a integração com a base de dados da biblioteca requer um trabalho especializado de programação e planejamento para disponibilizar as fichas técnicas de livros, catálogos, revistas e outras publicações (Imagem 12). Além de ajudar os pesquisadores a chegarem na biblioteca com suas listas de leitura, esse tipo de

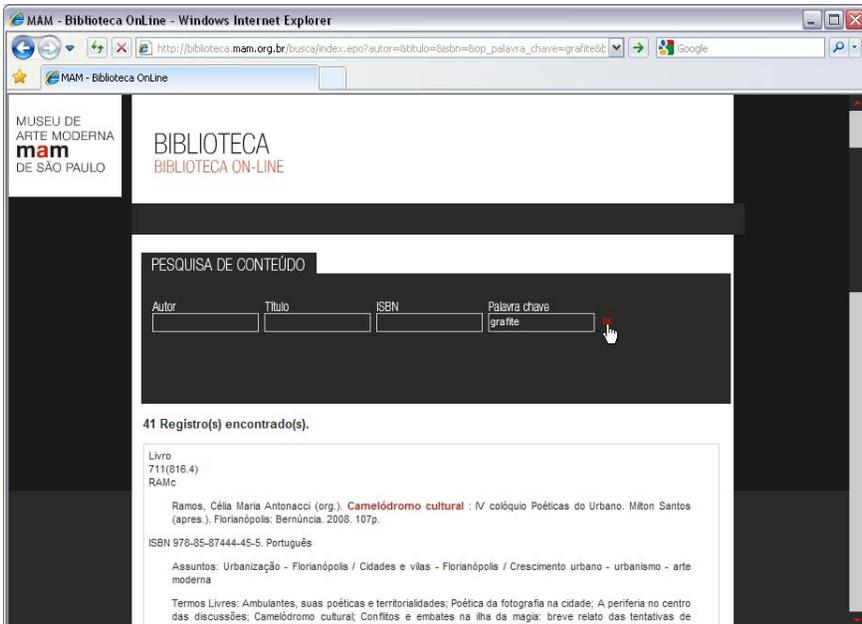
serviço pode ainda reduzir a intensidade de trabalho dos bibliotecários do museu no auxílio aos visitantes.

O parâmetro “Informações sobre cursos, palestras, debates e outros eventos” é muito praticado pelos museus e pode ser de grande ajuda manter também um calendário atualizado com todos os dados de atividades como cursos para a formação sobre artes, atividades culturais e de entretenimento como apresentações musicais e peças de teatro. Os museus têm ampliado bastante suas áreas de atuação, tornando-se o que poderíamos chamar de centros culturais.

Com os parâmetros espaciais por meio dos nomes e de outras formas de identificação institucional, com as marcas temporais por meio da história do museu e com recursos digitais de comunicação a partir dos visitantes e da administração, consideramos essencial completar a construção empírica dos sites de museu com o parâmetro “Mapa do site sempre visível e que apresente de forma organizada todo o conteúdo” para facilitar e garantir melhor aproximação entre o visitante e o museu a partir de qualquer página do site. Lembramos que, quando fazemos uma busca na internet em ferramentas como Google.com e Bing.com, somos levados, na maioria das vezes, a uma determinada página interna do site e não necessariamente à primeira, o que pode facilmente desorientar uma visita onde a curadoria digital ignore esse parâmetro.



**Imagem 11:** “Mapa de como chegar ao museu” no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo, além de dicas sobre meios de transporte e horários de pico.



**Imagem 12:** Parâmetro “Serviço de busca no acervo da biblioteca” presente no site do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.

O parâmetro “Botão página inicial ou home sempre visível”, da mesma forma, orienta o visitante a se movimentar para o início do site sem grandes dificuldades a partir de qualquer ponto da navegação. Caso a desorientação aconteça, a presença do parâmetro “Mantém em todas as páginas um botão de ajuda” pode oferecer um chat, um formulário de contato ou ainda uma lista de dúvidas frequentes para esclarecer as principais dificuldades tanto de navegação quanto do próprio museu e de suas atividades. O chat pode permitir uma conversa direta por texto com algum profissional do museu que conheça muito bem o site e que tenha sido treinado para compreender as dificuldades dos visitantes e possa circular pelos diversos setores do museu a fim de encontrar informações que não estejam no site. Nenhum site apresentou essa preocupação, o que justificaria até a exclusão do parâmetro. Porém, há uma infinidade de problemas do lado do usuário que nem sempre foram contemplados no site e que poderiam ser solucionados se existisse um canal com esse fim, motivo pelo qual decidimos manter o parâmetro presente.

Atualmente, a maioria dos museus mantém algum tipo de comércio, vendendo produtos como livros, pôsters, catálogo de exposição, peças funcionais com reprodução de obras, cartões postais, materiais de papelaria e outros produtos. Essa atuação pode estar presente por meio de “Informações sobre a loja do museu”, como alguns sites já têm trabalhado, ou de maneira mais sofisticada, oferecendo um serviço a mais de e-commerce por meio de “Loja virtual do museu”, um link que seja capaz de levar o visitante para apreciar os produtos, explorar suas informações, realizar uma ou mais escolhas, rever a lista de compra num carrinho e fechar com o pagamento, além de acompanhar o processo de entrega. Até a data de navegação registrada no “Checklist”, apenas a Pinacoteca apresentou esse parâmetro presente em seu site (Imagem 13), viabilizado por

uma integração entre o site do Museu e a empresa PagSeguro<sup>40</sup>. Com o crescimento do comércio eletrônico e o desejo por transações financeiras seguras, surgiram muitas empresas oferecendo interfaces de pagamento por cartões de crédito e boletos, além de credibilidade aos usuários mais inseguros. Dessa forma, o Museu se preocupa apenas com a entrega dos produtos.



**Imagem 13:** “Loja virtual do museu”, parâmetro presente no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Como o museu é uma instituição integrada à sociedade, certamente sua atuação necessita de outras organizações para atender plenamente a população e preservar o patrimônio com todos os recursos possíveis. Para que essa relação seja divulgada publicamente, garantindo transparência e visibilidade, o parâmetro “Informações sobre parceiros e patrocinadores” pode estar disponível para reunir informações, dar destaque aos financiadores e colaboradores, e ainda facilitar a participação de outros agen-

40 PAGSEGURO, <https://pagseguro.uol.com.br>, visitado em 20/08/2010.

tes. Como uma parceria mais específica de comunicação, o parâmetro “Informações para jornalistas por meio de botão imprensa com releases, imagens e outros dados de atendimento” pode ajudar a fomentar a atuação do museu ainda mais tanto na difusão de informações como de conhecimento em torno da arte através dos veículos de comunicação e dos jornalistas, leigos ou especializados. Nesse sentido, manter uma espaço para “Notícias do museu publicadas em jornais, revistas etc.” colabora para melhorar ainda mais a relação da imprensa com o museu, além de ser um canal centralizador de informações para atender o cidadão em sua demanda por transparência e consciência de seu patrimônio cultural e artístico. Na tarefa de navegação, a maioria dos museus apresenta em seus sites essa atenção aos parceiros e à imprensa, mas apenas o MASP registra as notícias publicadas nos meios de comunicação (Imagem 14), transformando-se numa referência em fontes de informação sobre o próprio Museu. Na mesma perspectiva de articulação, pode haver ainda “Indicação de rede social ou comunidade virtual do museu” para ampliar os canais de acesso ao museu e de difusão da arte em redes como Twitter, Facebook, Orkut e muitos outros, como a maioria dos sites de museus pesquisados (Imagem 2, 3, 5, 6, 8).

É importante que a curadoria digital mantenha um cuidado de conteúdo, como estamos observando desde o início da reconstrução empírica dos sites de museus, mas também preze pela forma através do parâmetro “Identidade visual se mantém em todas as páginas”. Não falamos apenas de logomarca ou logotipo da instituição, mas de todo o conjunto de formas, cores, tons, traços, tipos e tamanhos de fonte, disposição das informações e de outras referências visuais como ícones e botões que podem se integrar em harmonia. A maioria dos sites visitados apresenta este cuidado. A exceção ficou por conta do MAC USP que criou uma página inicial diferente do restante, mas a decisão foi solução para um problema

de atualização com a estrutura do site. Internamente existe certa harmonia. Maria Alexandra Ferreira Gomes, que fez o teste de usabilidade no site no MAC USP, comentou que “eles abrem muita janela também; acho mais fácil na mesma” e sugeriu “acho que eles poderiam deixar tudo numa aba só que fica mais fácil”.



**Imagem 14:** “Notícias do museu publicadas em jornais, revistas etc.”, parâmetro presente no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.

A coerência deve ser mantida em todos os detalhes do site com relação ao design das páginas, mantendo essa prática inclusive entre as diversas versões. “Desde a primeira versão, ela [identidade visual] leva em consideração a obra do artista Lasar Segall”<sup>41</sup>, lembra Maschio. Neste Museu, considerando sua atuação em torno do pintor e escultor, o logo representa uma das assinaturas do artista: “Ele é um artista modernista e tem aquelas linhas retas. O logo é muito forte[...]”<sup>42</sup>. Na Fundação Maria

41 MASCHIO, Ademir. Entrevista a Ebenezzer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/05/2010 e 23/06/2010.

42 Ibidem.

Luisa e Oscar Americano, segundo a historiadora e gerente cultural Claudia Vada Souza Ferreira, o design foi pensado “semelhante à identidade institucional”<sup>43</sup>. Da mesma forma, no MAS, a construção do site foi desenvolvida “usando como base a identidade visual da instituição, com as cores básicas e fontes”<sup>44</sup>. O MASP seguiu outro raciocínio, igualmente coerente se considerarmos o argumento: “nós pensamos num site *clean* e que desse só uma moldura para o que nós temos de melhor, que são as obras do acervo”<sup>45</sup>. O design *clean* se materializou num fundo branco com três grandes áreas logo no início do site: duas imagens, uma à direita e outra à esquerda, são usadas para apresentar obras digitalizadas do acervo ou de uma exposição em cartaz, e uma outra, central, para a fotografia do edifício. Clicando em cada uma delas, temos os conteúdos correspondentes, integrando forma e conteúdo para uma perfeita experiência do usuário.

Com relação à organização da informação na construção do site, é importante fazer testes de usabilidade com os usuários para investigar se o site apresenta problemas antes, durante e depois do projeto sair do papel e principalmente para certificar se ele funciona plenamente. Não existe perfeição, mas podemos buscar algo viável se ficarmos atentos. Mesmo que seja uma verificação simples ou uma pesquisa breve, o museu tem mais chances de acertar na sua entrada na internet. “Todo o menu do site foi refeito, levando em conta uma pesquisa na qual verificamos quais as áreas mais acessadas pelos visitantes, e possibilitando uma navegação

---

43 FERREIRA, Claudia Vada Souza. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet São Paulo: ANEXO, realizada em 04/05/2010.

44 LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

45 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

mais fácil e rápida”<sup>46</sup>, revela Julie Belfer, coordenadora de negócios e marketing do MAM, sobre a reformulação do site do Museu.

Preocupado com os visitantes e com a diversidade de público espectador da arte, incluímos os parâmetros “Apresenta conteúdo em mais de um idioma” e “Apresenta algum recurso de acessibilidade”. No primeiro, dependendo dos objetivos institucionais, além do português, pode ser oferecido integral ou parcialmente o conteúdo em inglês, espanhol, francês ou em outro idioma. No segundo parâmetro, pode-se considerar desde um simples recurso no site para aumentar a fonte da letra e facilitar a leitura por quem tem essa necessidade até versões do conteúdo em podcast. Também consideramos os serviços do museu como cursos ou visitas presenciais especificamente montadas e que estejam de alguma forma divulgadas no site. O importante é a existência de uma preocupação com o acesso e que seja materializada por meio de recursos no site para garantir a inclusão de públicos que muitas vezes são desconsiderados em outros setores da sociedade, mas que podem ser contemplados no campo das artes por diferentes vias como o digital. O site do MAM, por exemplo, não apresenta acessibilidade em seu site, mas pontuamos positivamente no parâmetro por considerar cursos e outras iniciativas presentes no menu “Acessibilidade”, incluindo uma visita guiada na Língua Brasileira de Sinais. Se o museu tem essa preocupação e profissionais atentos a essa necessidade, compreendemos que em breve o site pode ser contemplado com outros recursos. Embora poucos sites tenham esse cuidado, há um movimento da sociedade civil no sentido de defender a inclusão de pessoas com necessidades especiais como um direito. Muitos editais do Governo Federal, por exemplo, já contemplam a Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que “estabelece normas gerais e critérios básicos para

---

46 BELFER, Julie. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 02/06/2010.

a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida”<sup>47</sup>.

## 3.2. Obra de arte em cena digital

A obra de arte em cena digital requer atenção da curadoria digital tanto no conteúdo quanto na forma dos recursos tecnológicos e podem variar conforme as ferramentas disponíveis e a capacidade criativa da equipe responsável pelo site do museu. Contudo, identificamos certa unidade de recursos na construção empírica dos sites de museus através dos parâmetros da “Checklist da Curadoria Digital” a partir do bloco “Obra em Cena Digital”. Para que uma obra entre em cena digital, consideramos nesta pesquisa o acesso através do botão “Acervo” que permite alguma visualização figurativa de obras, seja por meio de fotografias, imagens em terceira dimensão, vídeos ou outro recurso visual. Ou ainda, por meio de “Exposições” e/ou “Visita virtual” que também apresentam obras com certa forma e conteúdo.

Qualquer obra de arte pode ser digitalizada, seja escultura, pintura, fotografia ou até uma instalação, e assim fazer parte do acervo do site. Até mesmo uma exposição, se a considerarmos como uma obra, uma criação do curador e de sua equipe, pode ser conservada no site para o público poder apreciar por meio de textos e registros fotográficos ou filmagens. Estamos diante de um patrimônio a ser preservado no site, que exige estudo e merece divulgação adequada. Os museus não podem deixar o site apenas como uma responsabilidade da área de informática. Todos os profissionais do museu podem ser envolvidos e articulados por uma curadoria digital.

---

47 GOVERNO FEDERAL, *Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000*, [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10098.htm), visitado em 20/06/2010.

O processo de digitalização das obras nesse contexto é complexo e trabalhoso, tanto para ser iniciado como para ser mantido na internet. Por esse motivo, muitos museus digitalizam apenas parte de seu acervo. O MASP disponibilizou no acervo digital do site cerca de 800 obras de um total de 8 mil do acervo físico, sempre procurando selecionar todas as obras de um determinado artista. “Hoje tem 800 obras, mas a gente tem feito atualizações e a nossa intenção é colocar, não digo as 8 mil obras, mas grande parte das obras de nosso acervo”<sup>48</sup>, explica a gerente de comunicação e relacionamento do Museu. Na Fundação Maria Luisa e Oscar Americano, Claudia Vada Souza Ferreira revela que “cerca de 10% do acervo físico está disponível no site”<sup>49</sup>.

Outro cuidado que os museus devem ter é sobre o direito de imagem, inviabilizando a publicação de todo o acervo. A coordenadora de negócios e marketing do MAM, Julie Belfer, conta como o Museu enfrenta essa situação: “Todas as obras são fotografadas para documentar o acervo, mas somente aquelas sobre as quais temos direito de imagem estão disponíveis on-line. O acervo tem mais de 5.000 obras, das quais 3.200 obras com imagens autorizadas”<sup>50</sup>.

O MAS adota um critério diferente, mas que também pode ser adotado na digitalização: “São fotografadas e publicadas imagens de peças expostas, apenas”<sup>51</sup>, explica o assessor de imprensa do Museu. Além

---

48 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

49 FERREIRA, Claudia Vada Souza. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 04/05/2010.

50 BELFER, Julie. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 02/06/2010.

51 LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

de ser um trabalho necessariamente integrado com a equipe do acervo ou departamento dedicado à conservação das obras, é importante haver critérios claros e objetivos para conduzir o processo como uma atuação museológica para o ambiente digital. Eunice Sophia, coordenadora do Acervo do MASP, pensou nas obras que o público mais gosta de ver, além de considerar os artistas mais importantes<sup>52</sup>. No Museu Lasar Segall, que mantém uma política de digitalização, a seleção é de uma “parte representativa do acervo”<sup>53</sup> e acontece sempre com um texto descritivo. “A ideia é a gente ampliar isso com o tempo, assim que a gente continuar a criar esses textos descritivos de cada obra. Não tem limite de inclusão de obras. É uma questão de política de inclusão do Museu [...]”<sup>54</sup>, esclarece o coordenador do núcleo de informática. Das 3.008 obras que o Museu mantém atualmente, cerca de 50 foram digitalizadas. O MuBE, por outro lado, mantém um acervo fixo pequeno com cerca de uma dezena de esculturas que são apresentadas no seu site. Além desse trabalho, o coordenador de exposições do MuBE, Fernando Lopes, ressalta que “é feita a atualização do site semanalmente de acordo com a exposição que está acontecendo e para cada exposição coloca algumas obras do artista que está expondo no momento”<sup>55</sup>. Portanto, a ampliação das obras se dá através das exposições temporárias e também por meio de fotos publicadas no Flickr<sup>56</sup>.

---

52 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

53 MASCHIO, Ademir. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/05/2010 e 23/06/2010.

54 Ibidem.

55 LOPES, Fernando. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 31/05/2010.

56 MuBE – Museu Brasileiro da Escultura no Flickr: <http://www.flickr.com/photos/mube>, visita realizada em 25/08/2010.

A qualidade da digitalização também precisa de atenção porque não pode ser tão grande, a ponto de comprometer o acesso pela internet, nem tão pequena, prejudicando a apreciação pelos usuários. Precisa ter a “qualidade suficiente para serem bem apreciadas pelo site na internet”<sup>57</sup>, enfatiza Renata Toledo Geo. A obra também precisa estar documentada por meio de uma ficha técnica com nome do artista, título da obra, técnica utilizada, data de produção, doadores e outras informações relevantes que também podem ser consideradas como critério ou campo para uma busca avançada. Portanto, é um processo que exige planejamento, por um lado, e trabalho especializado para banco de dados integrado ao site, por outro, além de todos os cuidados em torno da visualização para que o usuário do site possa aproximar determinados detalhes das obras, como ocorre no MAC USP e na maioria dos sites de museus pesquisados.

Mesmo sendo um processo complexo e trabalhoso, a digitalização das obras pode ser enriquecida. O jornalista do MAC USP, Sérgio Miranda, mostra que no site do Museu as obras são acompanhadas com “detalhes sobre o artista, da biografia do artista, detalhes sobre a história da obra, composição daquela obra, do contexto daquela obra, além de detalhes técnicos [...]”<sup>58</sup>. Apesar do rico trabalho realizado pelos museus e que não substitui a visita presencial, temos ainda desafios para garantir a percepção de texturas, volumes e dimensões, além de possibilitar interações estéticas para que o usuário “monte sua própria exposição, possa fazer playlists de suas obras prediletas, por exemplo, e que ele possa ter maior interatividade com a obra, entendendo o ambiente em que

---

57 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

58 MIRANDA, Sérgio. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 23/04/2010 e 10/05/2010.

ela está”<sup>59</sup>. Nesse contexto, o lugar da obra não é mais apenas numa parede de museu. Fazendo circular para fora do edifício, o público pode “discutir a obra de arte, transformar a obra de arte num ambiente de discussão para que o usuário possa colaborar com suas discussões, com suas opiniões em relação àquela obra ou aquele artista, e isso seja um ambiente aberto para que muitas pessoas possam, enfim, discutir uma obra de arte através do site”<sup>60</sup>.

Como um parâmetro básico da “Checklist”, o museu pode apresentar “Informações gerais sobre o acervo” como a quantidade e tipos de obras, principais artistas, sua constituição, importância para as artes e para a história. São infinitas as relações possíveis que podem ser feitas a partir do acervo com o objetivo de dimensioná-lo e qualificá-lo como patrimônio. Nesse sentido, o parâmetro “Acervo digitalizado e disponível para visualização” garante aos visitantes certa aproximação das artes a partir da representação fotográfica e tecnológica, parcial ou total do acervo físico, num processo fundamental de intervenção da curadoria digital. É justamente aí que sua autonomia deve ser garantida e pensada por estudos como este, por reflexões permanentes promovidas pelos museus a fim de abrir o diálogo entre os profissionais envolvidos e por definições e revisões de parâmetros que possam viabilizar uma prática mais adequada no desenvolvimento e manutenção de projetos envolvendo obras de arte na internet. Os museus estão atentos para esses dois parâmetros (Imagem 15 a 30), mas há certos ajustes recomendáveis. Notamos que no site do MuBE, quando entramos em “Acervo”, o usuário não tem “Informações gerais sobre o acervo”, apesar de mostrar o “Acervo digitalizado e disponível para visualização” (Imagem 19 e 20). O site do MAS, ao contrário, fala do acervo em detalhes, mas não o tem digitalizado nesta área (Ima-

---

59 MIRANDA, Sérgio. Entrevista a Ebenezzer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 23/04/2010 e 10/05/2010.

60 Ibidem.

gem 25). O usuário precisa ir até o botão “Visita virtual” e clicar para, aí sim, começar a apreciar um rico acervo de obras e fotografias que vão da fachada do Museu, passando pela recepção, entrada, corredores, até chegar às quatro salas. No site da Pinacoteca também não encontramos “Informações gerais sobre o acervo” quando clicamos em “Acervo” pois o texto apresentado é sobre doações. Embora haja um rico acervo digitalizado por meio de uma “Consulta on-line”, se o usuário quiser saber detalhes do acervo, precisa procurar em “Institucional”, onde encontrará também um pouco da história do Museu.

Outro parâmetro é a “Busca simples pelo acervo digitalizado”, com sequência de pequenas imagens ou listas de autor, categoria ou tipo de obra para que o usuário escolha uma para clicar e obter mais informações, podendo estar ou não indexado num banco de dados. Uma ampliação desse serviço se dá por meio de uma “Busca avançada pelo acervo digitalizado”, com campos para serem preenchidos com autor, título, categoria, tipo de obra ou qualquer palavra-chave. Neste parâmetro, também consideramos a busca que permite ao visitante navegar pelas obras por ordem alfabética da obra ou do autor da peça. Precisamos evitar comentários como “pela busca não deu”, de Maria Alexandra Ferreira Gomes, quando tentou encontrar “Passagem da Humaitá”, de Victor Meireles. Mônica Candido, outra usuária, foi enfática e chegou a duvidar da própria escrita, quando na verdade escreveu corretamente “A lenda da piramutaba”: “a busca deles não encontra nada; só se eu escrevi errado”. A dificuldade das duas usuárias nos testes de usabilidade que realizamos para essa pesquisa ocorreu porque os respectivos sites de museus foram projetados para terem uma busca para o site e outra para o acervo. Se a integração da busca não é viável por motivos técnicos ou financeiros, sugerimos informar ao usuário na mesma região do site para que ele possa escolher pesquisar no site ou no acervo sem colocar em dúvida a funcio-

nalidade ou sua capacidade de escrita.

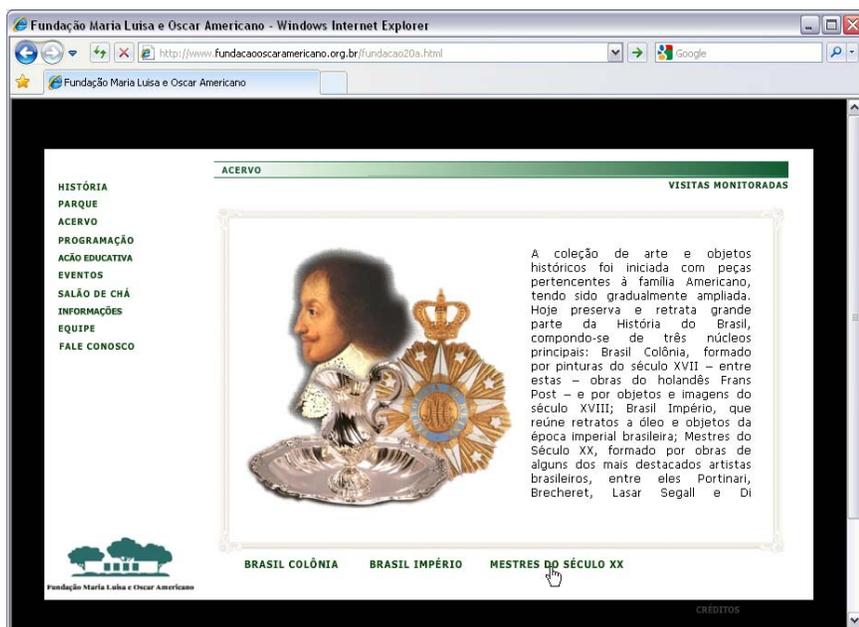


Imagem 15: Obra em cena digital no site da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano.

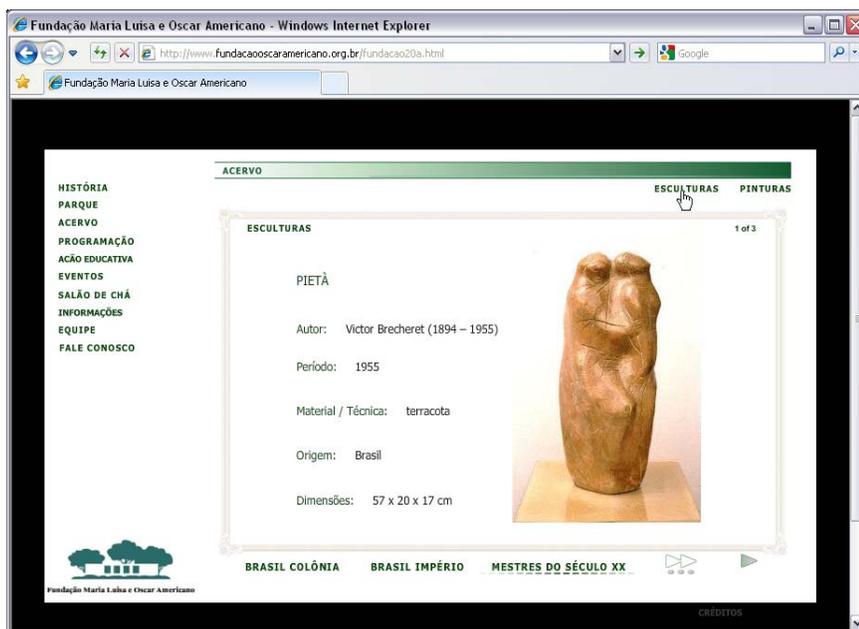
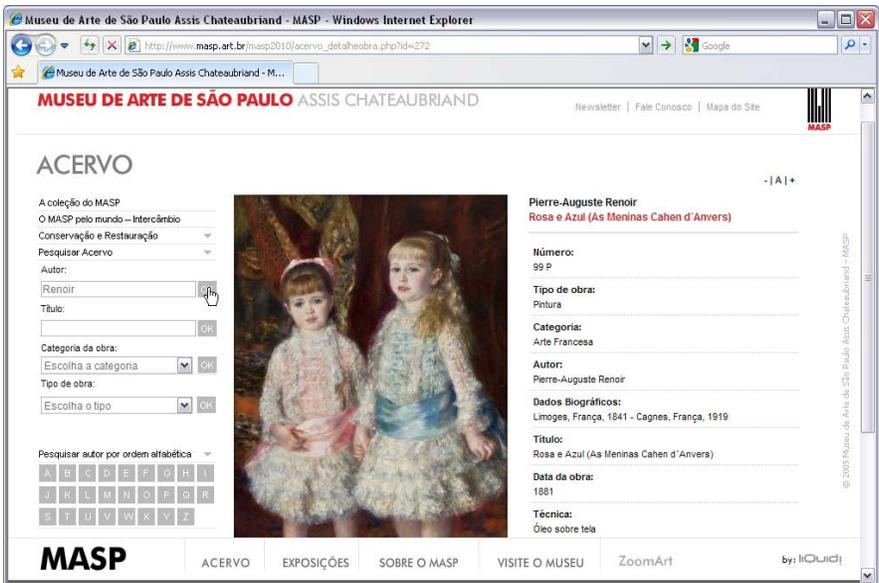
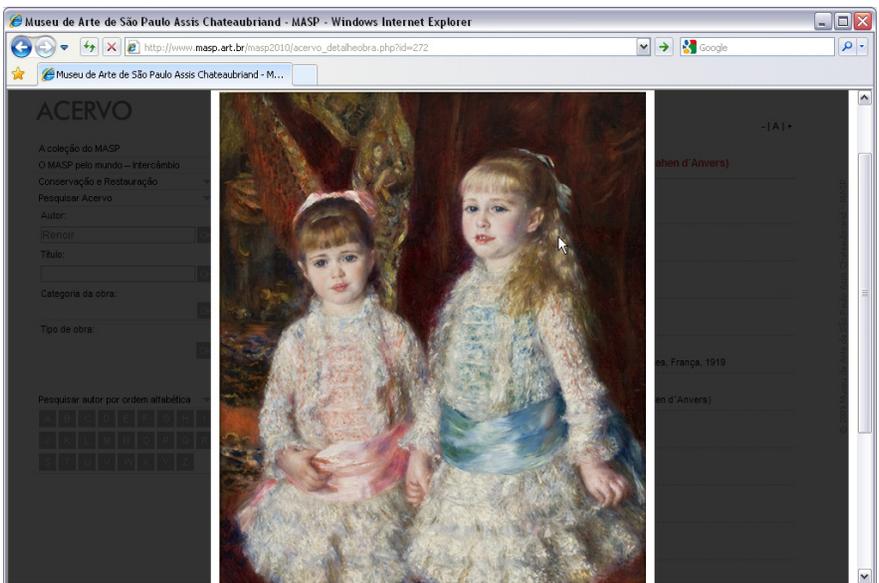


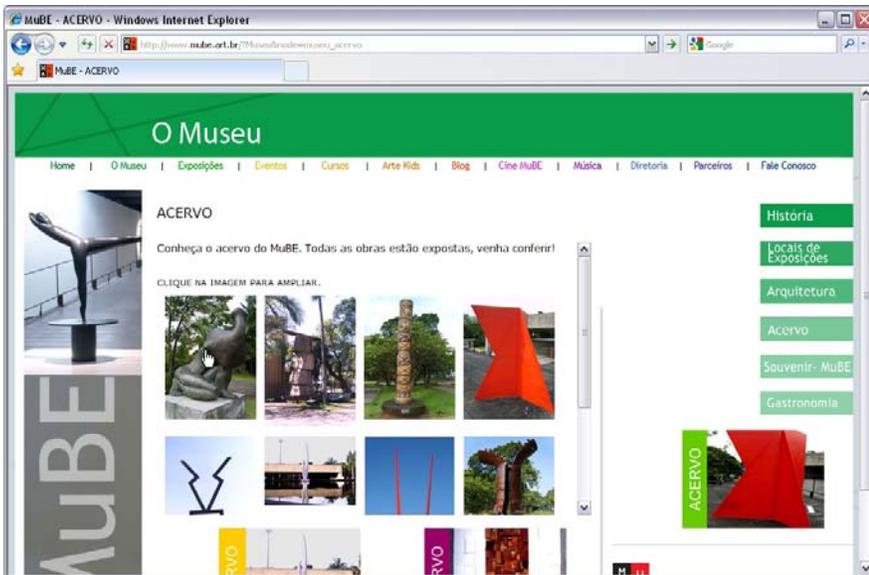
Imagem 16: Obra em cena digital no site da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano.



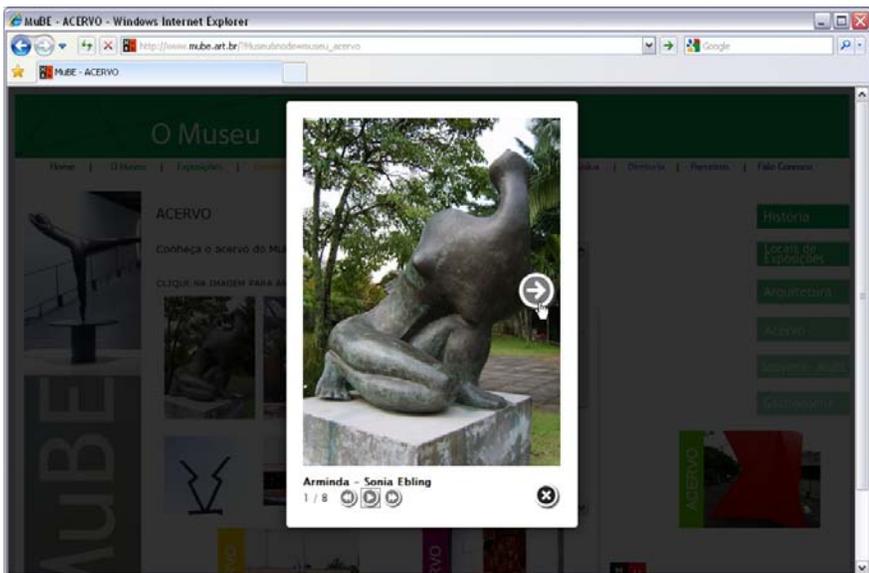
**Imagem 17:** Obra em cena digital no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.



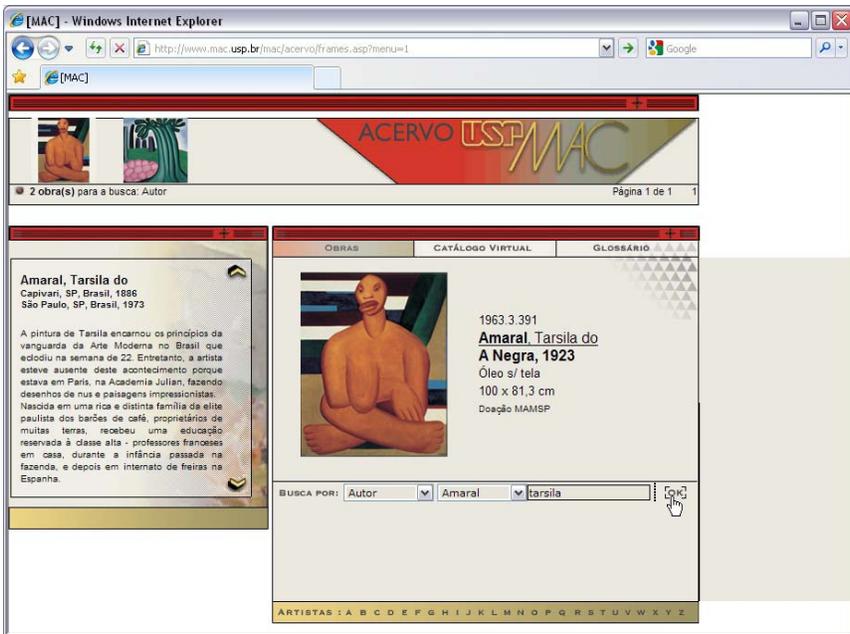
**Imagem 18:** Obra em cena digital no site do MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.



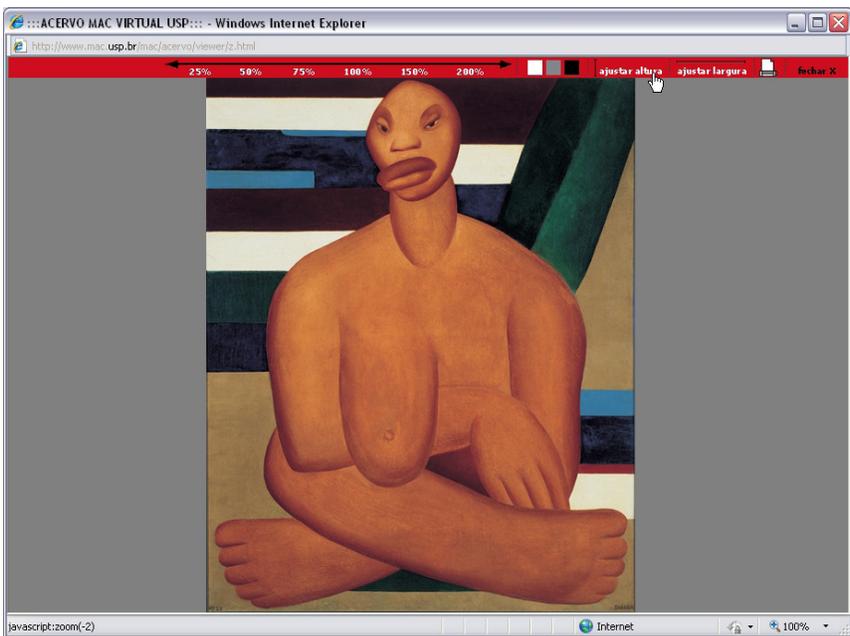
**Imagem 19:** Obra em cena digital no site do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura.



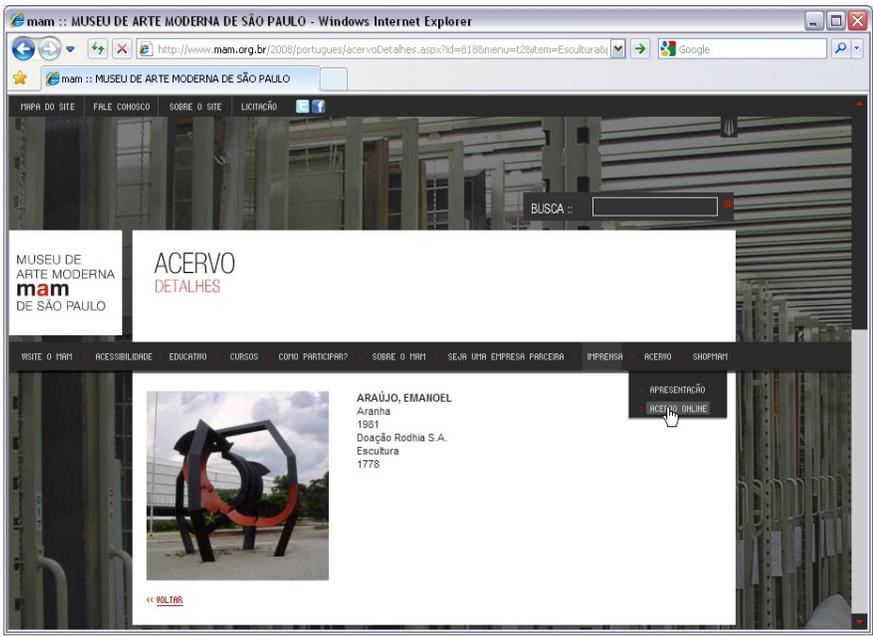
**Imagem 20:** Obra em cena digital no site do MuBE - Museu Brasileiro da Escultura.



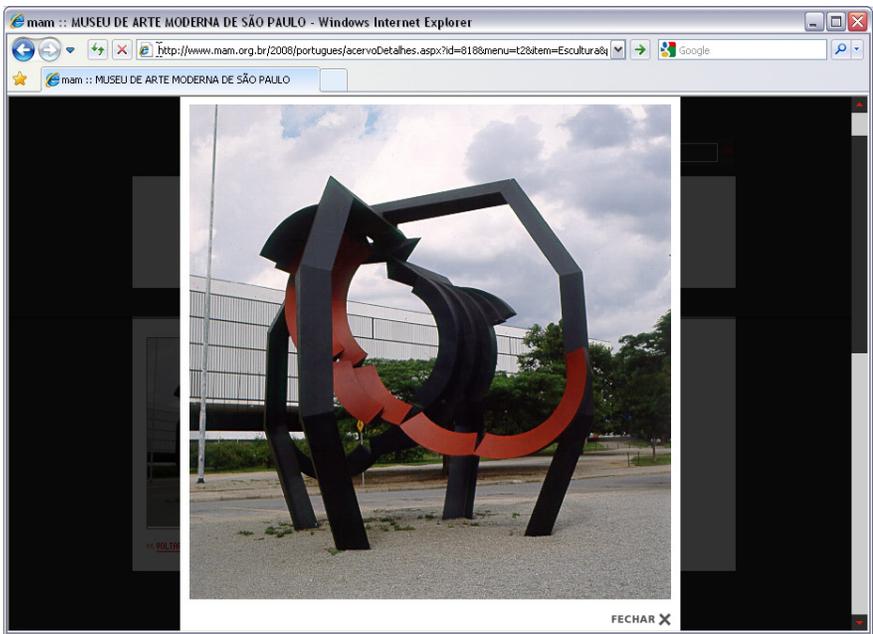
**Imagem 21:** Obra em cena digital no site do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.



**Imagem 22:** Obra em cena digital no site do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.



**Imagem 23:** Obra em cena digital no site do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.



**Imagem 24:** Obra em cena digital no site do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo.



Imagem 25: Obra em cena digital no site do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.

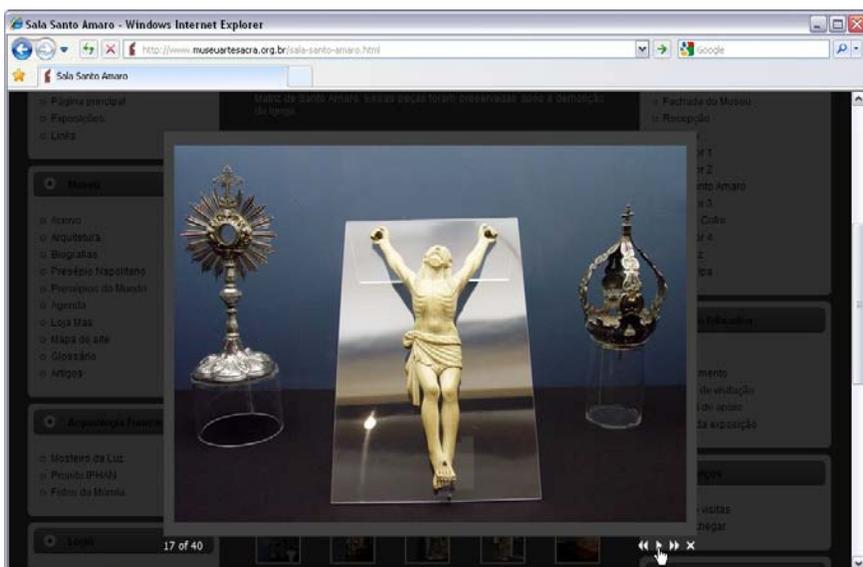
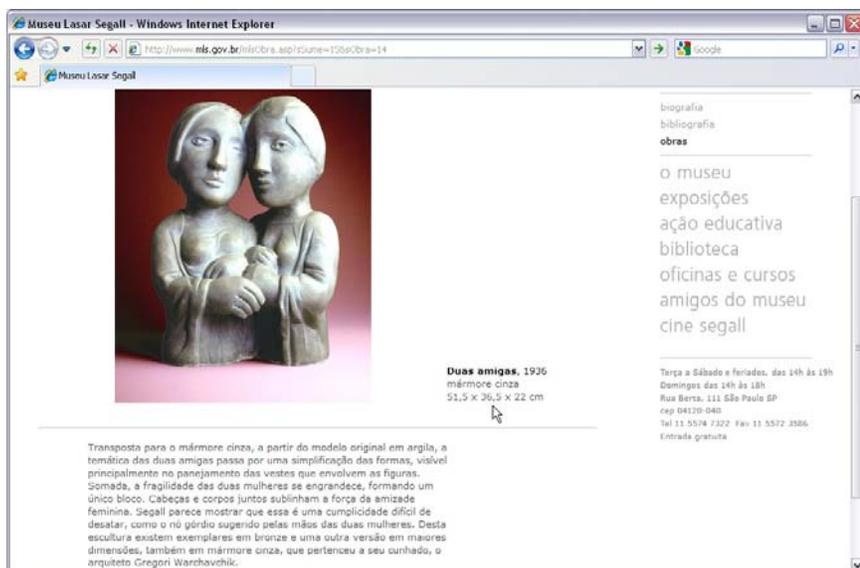


Imagem 26: Obra em cena digital no site do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.



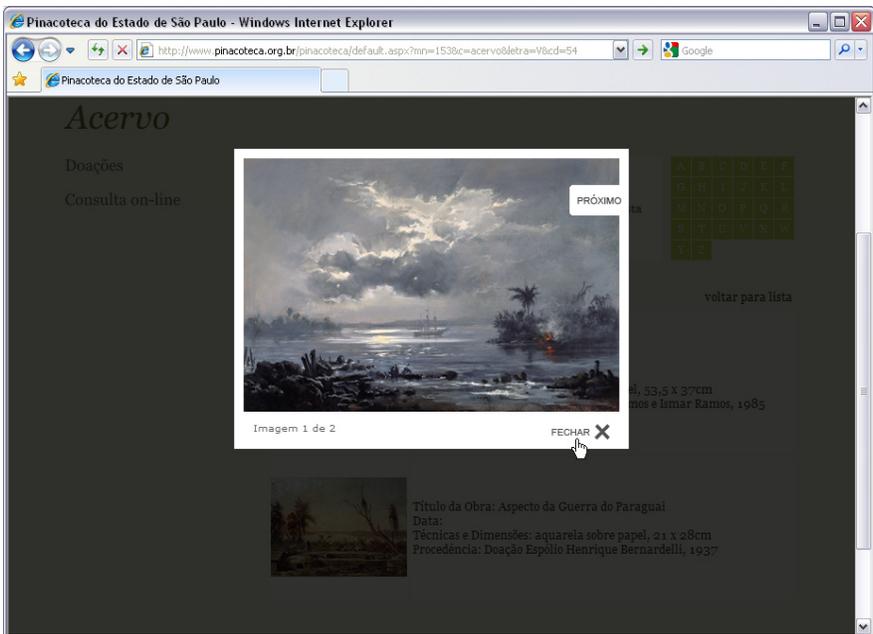
**Imagem 27:** Obra em cena digital no site do Museu Lasar Segall.



**Imagem 28:** Obra em cena digital no site do Museu Lasar Segall.



**Imagem 29:** Obra em cena digital no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.



**Imagem 30:** Obra em cena digital no site da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Quando clicamos numa obra de arte encontrada, seja um quadro, uma escultura ou uma instalação, não podemos nos esquecer que estamos diante de um processo de digitalização complexo. Ou seja, a escultura “Unidade Tripartida”, de Max Bill, o spray sobre tela “Série do Futebol (1)”, de José Roberto Aguilar, e o óleo sobre tela “A Boba”, de Anita Malfatti, viram fotografias no espaço de um monitor de computador e às vezes até de um celular. Esse processo, por mais complexo que seja, estrutura-se numa cena que exige da curadoria digital certa atenção para ajudar os usuários a ver além da própria imagem e do arsenal de ferramentas tecnológicas que podem ajudar ou atrapalhar o contato com a arte. Para tornar esse cuidado mais palpável para a curadoria digital, identificamos três parâmetros. O primeiro é “Informações gerais sobre a obra” com pelo menos título da obra, tipo de obra (pintura, escultura, fotografia, vídeo, gravura, objeto, desenho, aquarela, colagem, tapeçaria etc.), nome do artista (pode-se ter ainda a data e local de produção e suas dimensões físicas) e procedência com algum dado sobre como chegou até o museu. O segundo é “Informações técnicas sobre a produção da obra” que pode oferecer pelo menos uma ideia breve sobre como foi produzida pelo seu criador. E por fim, o terceiro parâmetro é “Informações críticas e/ou históricas sobre a obra”, incluindo aí informações minimamente articuladas sobre o contexto de produção, relevância estética, análises, estudos e outras reflexões possíveis em torno da obra e sua importância para a História da Arte. Com essas preocupações, entendemos que a materialidade da peça artística não será reduzida à simples imagem fotográfica e, ao contrário, vai enriquecer ainda mais o envolvimento do espectador da arte, podendo culminar com uma visita presencial. Também não pode faltar “Informações sobre o artista” com breve trajetória, suas rupturas, movimentos que participou e estudos sobre ele e seu trabalho. Nesta cena digital, pode ter ainda recursos multimídia por meio do parâmetro “Utiliza áudio/vídeo” que pode ser produzido para apresentar sons de fundo, entrevistas com artistas e curadores, filmagens

da exposição e outras possibilidades. Nesse sentido, Thomás Vasconcellos de Freitas Levy, do MAS, sugere ainda: “É necessário organizar o acervo por tipologia, data, autores. Um sistema ideal utilizaria tags para facilitar a pesquisa, e cada obra deveria vir com um pequeno texto com mais informações”<sup>61</sup>. Esse cuidado é necessário e pode ser percebido na frase “poderia ter mais informações sobre o pintor e a obra também”, de Mônica Candido, quando entrou no site e encontrou a obra “Diálogo IX”, de José Roberto Aguilar. No comentário “é uma escultura, mas não fala se é bronze...”, de Maria Alexandra Ferreira Gomes, também reconhecemos esse desejo de mais informações sobre a obra.

Se temos esses vários parâmetros informativos ajudando a ver a obra de arte, não podemos esquecer de outros que também auxiliam a observar melhor cada peça do acervo. O primeiro é o “Controle de zoom da imagem ou clique para aumentá-la”. Não consideramos controles de zoom dos navegadores, mas apenas os indicados no próprio site como uma preocupação da curadoria digital pois esta pesquisa visa orientar os museus e não as empresas responsáveis pelos navegadores. Outro parâmetro de observação é o “Controle da cor de fundo da imagem” que apenas o MAC USP usa (Imagem 22) para permitir ao usuário do site visualizar uma obra sobre um segundo plano preto, cinza ou branco. Todos os outros sites, na maioria, adotam um padrão de fundo preto transparente, deixando a obra em primeiro plano, o fundo em segundo e o site em terceiro plano (Imagem 18, 20, 24, 26, 30). Esses parâmetros não são apenas recursos técnicos disponíveis, mas funções importantes voltadas para a recepção diversa do usuário do site que pode apreciar uma obra numa tela do notebook, no celular, na sua televisão e nos *tablets* como o iPad, da Apple, incluindo aí também a atenção para a iluminação e os re-

---

61 LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

flexos de luz do ambiente onde se encontram esses dispositivos. A cor de fundo, quando controlada, pode garantir diferentes contrastes em relação às cores presentes nos detalhes de cada obra de arte digitalizada.

O parâmetro “Indicação de exposição” pode ser realizado por qualquer informação para uma apreciação presencial de uma determinada obra. Ou seja, se gostamos de uma obra, seria interessante sabermos que ela está ou vai estar disponível para apreciação e, mais ainda, que ela faz parte de uma exposição específica, criada com certa abordagem de um curador. A curadoria digital, nesse sentido, tem papel fundamental de usar a internet a serviço da curadoria das exposições presenciais, abrindo oportunidades para a visita do museu. O acesso às artes poderia ser pelas exposições, seus textos e galerias, como acontece com na maioria dos museus, mas também pelas obras do acervo. Se o usuário encontrar uma obra no site e, além das informações técnicas, com as dimensões, autoria, tipo, apresentasse uma indicação de exposição na ficha técnica, provavelmente poderia haver um estímulo à visita presencial como mais uma possibilidade de apreciação. Infelizmente, nenhum museu apresentou esse parâmetro em seu site.

Com o objetivo de criar identificações entre o espaço museológico de exposição de uma curadoria e as obras do acervo, além de comunicar figurativamente as atividades, consideramos importante uma resposta positiva para o parâmetro “Primeira página destaca pelo menos uma obra de arte do acervo”. Como complemento, podemos ter outro parâmetro para dar contexto espacial e temporal e não ficarmos com uma imagem isolada sendo usada apenas para deixar o site artificialmente agradável: “Obra de arte clicável na primeira página nos leva para informações relevantes sobre ela ou sobre uma exposição ou evento que a considere”. A maioria dos museus pesquisados tem mantido seus sites com essas preocupações (Imagem 2, 4, 5, 6, 7, 8).

Desde o início da pesquisa, todos os museus analisados expõem obras de arte no interior de seus espaços físicos como uma das principais formas de atuação. Entretanto, a comunicação pelos sites leva apenas em parte as exposições para o espaço digital, o que nos motivou a definir dois parâmetros de observação: “Informações sobre exposições” e “Obras digitalizadas das exposições”. No primeiro parâmetro, praticado pela maioria dos sites, podemos ter dados básicos como nome da exposição, obras e artistas contemplados, horários e dias da semana para visitação, valor do ingresso e, principalmente, a proposta da curadoria em organizar aquela mostra. No segundo parâmetro, seguido por pouco mais da metade dos sites, espera-se, se não todas, pelo menos uma parte das obras expostas podem ser apresentadas na internet, garantindo o primeiro contato do espectador da arte antes de sua visitação presencial ou ainda para uma revisitação depois de qualquer relação, virtual ou presencial, com a obra e a exposição. Esse parâmetro pode ser conferido nos textos das exposições através do link “Imagens” ou “Galeria de imagens” ou simplesmente por meio de pequenas fotos clicáveis. Como um balanço geral para os dois parâmetros, podemos dizer que muitos dos sites navegados estão atentos para uma comunicação mais figurativa e outros divulgam apenas textos como informativos, releases para a imprensa ou como a palavra da curadoria. Nos testes de usabilidade, percebemos a preferência e até uma relação afetiva com as imagens. Navegando pelo site do MASP, Mônica Candido escolheu uma exposição e comentou: “aqui já tem uma imagem pelo menos para ilustrar a exposição para mim”. Quando entrou no texto de divulgação, reforçou: “já me deu uma informação visual”. E finalizou: “achei o conteúdo mais fácil de visualizar”.

O parâmetro “Exposição digitalizada ou visita virtual” é necessário para identificar museus que trabalham cada exposição presencial também na cena digital. Isso significa que a obra de arte digitalizada não

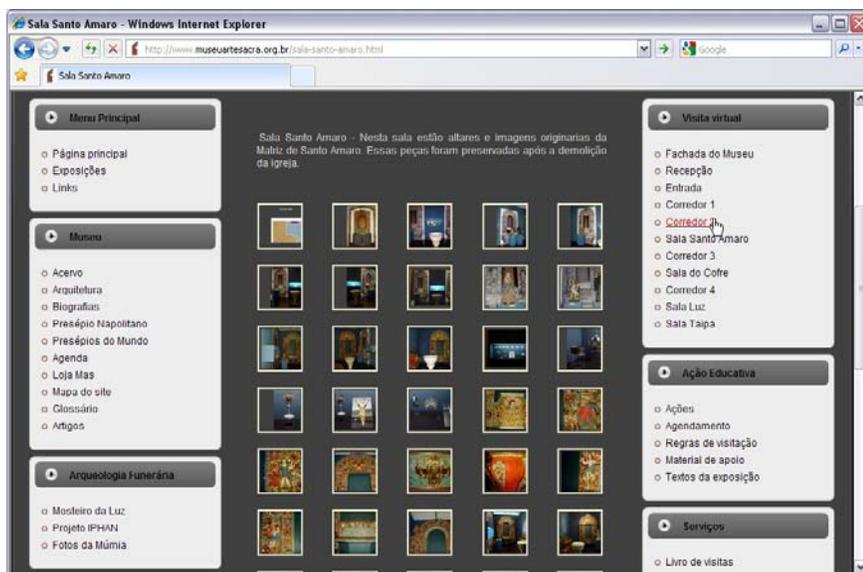
se apresenta num mesmo cenário digital a cada exposição divulgada no site. Isso pode ser realizado por meio de espaços virtuais, reproduzindo fielmente ou não o edifício físico do museu que comportam as obras expostas. Também pode ser viabilizado por meio de registros fotográficos ou filmagens das peças nos cenários físicos da exposição. Três sites de museus estão atentos para esse parâmetro, mas o cuidado voltou-se mais para mostrar o espaço físico do museu e menos para registrar uma exposição com suas obras, preservando o rico trabalho de criação da curadoria e sua equipe (Imagem 31, 32, 33, 34, 35, 36). Percebemos isso porque não encontramos mais de uma visita virtual nos sites e também porque a visita não estava associada a uma exposição específica. Se compreendermos uma exposição como uma obra da curadoria e de toda a sua equipe capaz de trazer novas leituras e apreciações da arte na contemporaneidade, consideramos altamente recomendável algum registro das obras em sua cenografia por meio de uma “Exposição digitalizada ou visita virtual”.



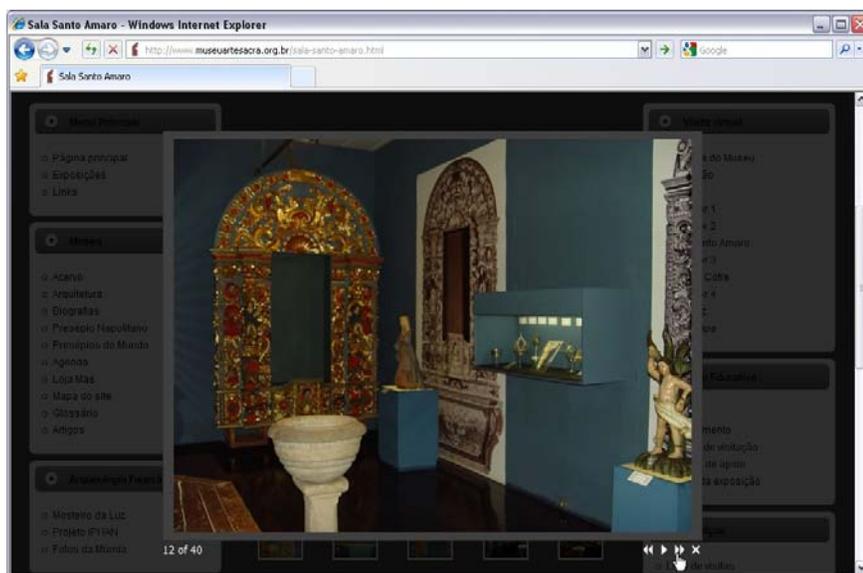
**Imagem 31:** “Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.



**Imagem 32:** “Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.



**Imagem 33:** “Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.



**Imagem 34:** “Exposição digitalizada ou visita virtual” do MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo.



**Imagem 35:** “Exposição digitalizada ou visita virtual” da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

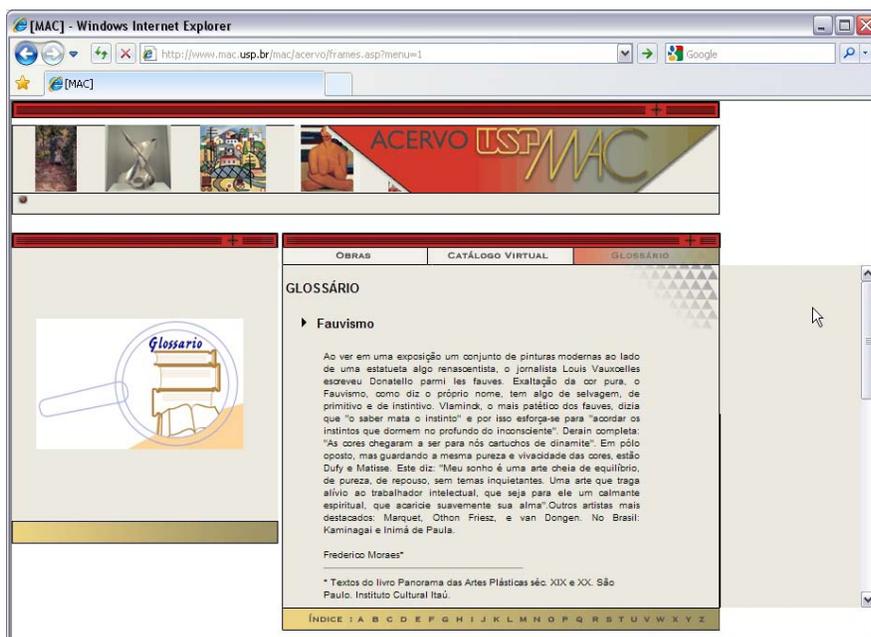


**Imagem 36:** “Exposição digitalizada ou visita virtual” da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Já o parâmetro “Obra digitalizada da exposição clicável nos leva à mesma peça do acervo” garante uniformidade das informações, evitando alimentar dois bancos de dados, um para as obras do acervo e outro para as obras expostas. Esse parâmetro não vale para uma exposição em que uma ou mais de suas peças não fazem parte do acervo do museu e neste caso é altamente recomendável explicitar sua origem, uma galeria, colecionador ou outra instituição. Com esse parâmetro presente, a curadoria digital alimenta o banco de obras com todos os dados disponíveis e quando iniciar um trabalho para uma nova exposição pode oferecer, em conjunto com outros conteúdos informativos, algumas imagens das peças a partir dessa mesma fonte digitalizada do acervo. Consideramos esse parâmetro presente apenas quando pelo menos duas exposições no mesmo site utilizarem uma obra do acervo numa forma semelhante como critério para dizermos que partiu tudo de uma mesma base de dados. Infelizmente não encontramos esse parâmetro presente em nenhum site navegado. A justificativa para esse parâmetro estar presente foi por perceber que alguns museus apresentam as obras no acervo digital e, quando divulgam uma exposição, a mesma obra aparece sem os dados completos.

Com o grande volume de informações em torno do acervo e das exposições, fatalmente teremos muitos termos desconhecidos do público e que merecem uma atenção da curadoria em definir ou indicar a partir de bibliografia específica as significações possíveis. Esse trabalho não precisa ser desenvolvido na sua totalidade quando o site for implantado. Criando um “Glossário com termos do campo da arte”, quando publicar os conteúdos e houver termos novos, a curadoria digital pode produzir e/ou editar verbetes técnicos sobre tendências estéticas, escolas, movimentos e sobre artistas com o objetivo de alimentar um banco de verbetes e, ao mesmo tempo, ajudar a aproximar o público de maneira adequada, contribuindo para a formação no campo das artes. Se o termo já existir

no Glossário, poderá ser completado e revisado, garantindo também sua atualidade. Quando um novo termo aparecer no texto publicado, recomenda-se criar um hipertexto a partir dessa palavra para o Glossário e esse processo pode ser repetido várias vezes enquanto que o verbete exige apenas uma ou mais atualizações, facilitando o trabalho da equipe de profissionais designada para essa tarefa. Apenas no MAC USP encontramos esse parâmetro presente (Imagem 37).



**Imagem 37:** “Glossário com termos do campo da arte” está presente no MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo.

### 3.3. Interatividade e redes sociais

Os sites de relacionamento como Twitter e Facebook precisam ser considerados pelos museus. Estão sendo utilizados como espaço de interação e de divulgação do acervo e de todas as atividades realizadas. Em alguns casos até como espaço de experimentação. Não se trata de uma repetição do que já existe no site porque mesmo que isso aconteça as possibilidades de intervenção coletiva do público são maiores nesses ambientes mais abertos. A troca de informação e conhecimento é inevitável se os profissionais atuantes no museu se permitirem essa nova realidade que se constrói gradativamente.

“Atualmente, adicionamos o Twitter para complementar o site e estudamos integrar as demais redes sociais”<sup>62</sup>, afirma a coordenadora de negócios e marketing do MAM. Fernando Lopes, do MuBE, ressalta uma característica que vem percebendo: “O Facebook, no momento, é a principal ferramenta na internet e que dá um resultado mais rápido”<sup>63</sup>. Renata Toledo Geo, do MASP, reconhece outro aspecto: “nós temos ali já alguns *followers* fiéis que são multiplicadores da nossa informação e se pensar isso tem um custo zero”<sup>64</sup>. Para ela, as redes sociais podem ser vistas como outra etapa na evolução dos sites: “Twitter, Facebook, acho que são ótimas ferramentas também para serem trabalhadas junto com o site”<sup>65</sup>, afirma, explicando que o site do MASP, além de ser informativo num primeiro momento de estruturação, deve ficar cada vez mais intera-

---

62 BELFER, Julie. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 02/06/2010.

63 LOPES, Fernando. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 31/05/2010.

64 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.

65 Ibidem.

tivo com as redes sociais, convidando o usuário a voltar mais vezes.

Os museus, nesse espaço dinâmico, podem afetar as redes e estas também podem afetar os museus. Essa expansão na interatividade acontece por meio dos próprios conteúdos já existentes no site do museu que, integrado com as redes sociais por meio de links ou pequenos ícones, podem ser retransmitidos para outras pessoas e comunidades. Fotos, vídeos e qualquer conteúdo do site pode rapidamente transitar em diferentes redes de interesse. O museu também pode criar áreas próprias dentro das redes sociais para postar informações, promover discussões, divulgar o acervo e suas atividades.

Essa circulação da informação não acontece apenas para o conteúdo institucional que se configura como uma narrativa controlada e precisa. Comentários, opiniões, discussões e críticas também circulam de forma livre e sem autorização prévia dos envolvidos, formando o que poderíamos chamar de ecossistema comunicativo, um espaço dinâmico e altamente participativo, além de revelador porque mostra características das relações estabelecidas por diversas instituições e em contextos diversos. Algum controle das informações é possível por meio de configurações limitadas pelos gestores dessas redes, mas iniciar nesse novo contexto pensando em censura ou qualquer restrição pode não ser a melhor postura. Entretanto, algum controle deve ser examinado e, no mínimo, conhecido se a instituição mantém alguma insegurança.

O MASP publicou o perfil da obra “Rosa e Azul”, do artista Pierre-Auguste Renoir, no Facebook, e o usuário podia sinalizar se “curtiu”, além de deixar algum comentário. Em ambos os casos, o Museu teve um retorno positivo. “Minha obra preferida do acervo”<sup>66</sup>, escreveu uma usu-

---

66 MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand no Facebook, <http://www.facebook.com/pages/Sao-Paulo-Brazil/MASP-Museu-de-Arte-de-Sao-Paulo-Assis-Chateaubriand/191645481024>, visitado em 30/08/2010.

ária do Facebook. A expressão verdadeira do gosto foi possível porque o Museu se permitiu receber também alguma crítica ou qualquer mensagem desagradável.

A artista multimídia Patrícia Canetti, que criou o Canal Contemporâneo, uma comunidade digital, vivencia essa realidade desde 2001, num tempo em que não se alardeava sobre as redes sociais. Foram mobilizações políticas, abaixo-assinados, investigações artísticas e muitas outras ações iniciadas por modestos convites por e-mail, dando origem ao Canal. Falamos que ela “criou” a iniciativa, mas o verbo talvez seja insuficiente para descrever o que aconteceu, uma vez que se trata de uma comunidade que foi se formando e hoje pode ser entendida como um coletivo editorial formado por jovens artistas e críticos que usam “a internet como uma experimentação artística”<sup>67</sup> e hoje acumula um acervo de quase 10 anos de trocas de informação e conhecimento na rede. O MuBE, em outra perspectiva, trabalha o educativo do Museu através de um blog, registrando as visitas por meio de fotos e textos: “a gente pega entrevistas com os professores que acompanham as escolas e com os alunos para saber como foram essas experiências”<sup>68</sup>.

---

67 CANETTI, Patrícia. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/06/2010 e 11/06/2010.

68 LOPES, Fernando. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 31/05/2010.

### 3.4. Desafios e recomendações

O site de um museu nunca termina. Isso quer dizer que sempre haverá atualizações com novos recursos, novos conteúdos e funcionalidades, e isso deve exigir cada vez mais do curador digital ou de qualquer pessoa que assuma essa responsabilidade, o que representa grande desafio para o futuro das artes. “Outro grande desafio para o futuro é tornar o site totalmente acessível para portadores de deficiência”<sup>69</sup>, destaca Julie Belfer, do MAM. Podcast com áudio para visitas monitoradas ou sobre o conteúdo publicado no site, uma exposição, por exemplo, pode ser uma solução para quem tem a visão comprometida. Também pode haver mecanismos para aumentar a fonte das letras, assim como dar preferência para os textos em formato HTML e não como imagem, inacessível para navegadores de acessibilidade.

O Museu Lasar Segall apresenta outro desafio: “A ideia é a gente incluir cada vez mais conteúdos; incluir textos críticos do Museu que é uma coisa que a gente não tem ainda”<sup>70</sup>. O Museu também pretende incluir imagens em movimento e jogos para aumentar a interatividade com o público jovem. O MuBE quer implantar videoconferências para oferecer debates e palestras em seu site<sup>71</sup>. “O portal do MAS está passando por uma mudança e já há um novo sistema utilizando a ferramenta Joomla<sup>72</sup>

---

69 BELFER, Julie. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 02/06/2010.

70 MASCHIO, Ademir. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/05/2010 e 23/06/2010.

71 LOPES, Fernando. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 31/05/2010.

72 Joomla é um gerenciador de conteúdo livre e gratuito para o desenvolvimento de sites. Embora gratuito, exige profissionais especializados ou empresas para sua implantação, planejamento, manutenção e treinamento daqueles que vão alimentá-lo com os conteúdos.

que deve ser implementado até o fim de 2010”<sup>73</sup>, informa Levy<sup>74</sup>. Além de oferecer informações e conhecimentos sobre o acervo, as exposições e as atividades, o MAC USP quer conceber o site como um projeto digital que seja capaz de promover a “discussão da produção da obra de arte digital” e “exposições que só vão existir no ambiente de internet”<sup>75</sup>. “Então, a gente quer que o site do Museu seja outro ambiente, um ambiente em que a pessoa vai se sentir muito mais à vontade por conta de estar na sua casa, porque tem a interatividade, que vai poder colaborar, que vai se sentir fazendo parte daquele novo ambiente”<sup>76</sup>.

O audiovisual deve cada vez mais ganhar a atenção dos museus. “Você vê os Tate Shots no Youtube; são de uma qualidade maravilhosa. É uma preocupação com um registro audiovisual”, destaca Patrícia Canetti, referindo-se ao trabalho do Tate Modern de Londres, na Inglaterra. Ela lamenta que a realidade brasileira seja diferente com poucas iniciativas em torno do audiovisual no campo das artes, apesar de haver maior facilidade atualmente tanto para fazer um vídeo quanto para divulgá-lo pelo Youtube, por exemplo. “O Canal Contemporâneo agora até ganhou o edital Conexão Artes Visuais da Funarte-Petrobrás e o projeto nosso é justamente um edital de vídeos sobre arte. A gente vai fazer agora no segundo semestre essa premiação justamente com a ideia de estimular o registro audiovisual de arte contemporânea brasileira”<sup>77</sup>.

---

73 Até a data de término desta pesquisa (12/09/2010), o novo site do MAS já estava no ar e funcionando com a nova ferramenta.

74 LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

75 MIRANDA, Sérgio. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 23/04/2010 e 10/05/2010.

76 Ibidem.

77 CANETTI, Patrícia. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/06/2010 e 11/06/2010.

Carla Regina de Oliveira recomenda utilizar os meios que a internet proporciona se o museu não tiver muitos recursos: “a gente tem páginas gratuitas, a gente tem Youtube, a gente tem Facebook, tem outras formas de comunicação que permitem que essa informação chegue, que atinja o público desejado pela instituição, sem que isso custe muito”<sup>78</sup>.

Para fugir da visão tradicional sobre os sites de museus, Patrícia Canetti explica sua perspectiva e questiona os museus: “Eu entendo como artista digital que o digital na verdade modifica nossas vidas, nossa maneira de trabalhar, nossa maneira de ver o mundo. Então minha grande questão para os museus é: como eles vão se deixar modificar? Porque entrar como um museu, o formato conhecido na rede, não é suficiente.”<sup>79</sup>. A partir desse horizonte de questionamento e mudança, ela recomenda a experimentação: “Acho que o que falta aí é os museus chamarem para dentro dos museus os artistas para trabalharem e para poder haver um questionamento sobre o tradicional, que haja uma faísca que modifique essa visão”<sup>80</sup> limitada de apenas digitalizar os acervos. “Se a gente vê trabalhos como do artista russo Lev Manovich que esteve em São Paulo dando uma palestra ano passado, o que ele mostra com o *cultural analytics* são ferramentas, são softwares que modificam completamente a maneira de você imaginar um acervo, a função de um acervo, ou como a gente pode manusear esse acervo, é uma mudança enorme e isso nos conecta diretamente à rede”<sup>81</sup>.

A partir de sua experiência dentro do Museu Lasar Segall, Ademir

---

78 OLIVEIRA, Carla Regina de. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/05/2010 e 25/05/2010.

79 CANETTI, Patrícia. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/06/2010 e 11/06/2010.

80 Ibidem.

81 Ibidem.

José Maschio aconselha: “a gente tem que buscar sempre a simplicidade. Por que a simplicidade? Porque você consegue passar as coisas da forma como você deseja”<sup>82</sup>. Sérgio Miranda, do MAC USP, afirmar sua posição diante de um site de museu totalmente aberto ao público: “A ideia é colocar todas as obras na internet”<sup>83</sup> por meio de imagens e informações. Se não há recursos financeiros para esse processo, ele recomenda publicar pelo menos as informações das obras que estão no acervo. Miranda recomenda ainda que “o museu deve permitir copiar, baixar, imprimir, enfim, colocar à disposição do público as imagens do seu acervo”<sup>84</sup> para aproximar o público da arte. Tranquilizando os museus para que não fiquem com medo dessa proposta, ele esclarece que “o uso indevido dessas imagens é por conta e risco de quem o fizer. Não é uma responsabilidade do museu. Acho que cabe ao museu informar ao público dessa condição de direito do autor para que não haja mau uso”<sup>85</sup>. Todas essas iniciativas ajudam a democratizar o acesso e colaboram para entender uma arte difícil de ser compreendida como a contemporânea. Sua proposta para os museus, nesse sentido, é criar um “circuito em torno da obra de arte”<sup>86</sup> para que as pessoas possam discutir e comentá-las.

Renata Toletto Geo propõe que os museus se concentrem no público: “Acho que o importante é ele conhecer o público dele e ele imaginar ou até se for possível através de pesquisas, melhor, o que o público gostaria de ver no site dele”<sup>87</sup>. Ela também recomenda divulgar o perfil

---

82 MASCHIO, Ademir. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/05/2010 e 23/06/2010.

83 MIRANDA, Sérgio. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 23/04/2010 e 10/05/2010.

84 Ibidem.

85 Ibidem.

86 Ibidem.

87 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada

da instituição, suas atividades e informações relevantes para permitir ao usuário visitar o museu não apenas na internet. Por fim e não menos importante, orienta dar destaque ao acervo e às obras do museu: “Mas tem que estar tudo de uma forma muito fácil”<sup>88</sup> para evitar que o usuário saia do site frustrado e sem a informação desejada. Nesses casos, a curadoria digital deve ficar atenta para não colocar tudo no site e esse excesso se tornar um vazio ao olhos do usuário. Muita informação nem sempre significa esclarecimento ou compreensão. Apresentar os conteúdos em camadas, com título em destaque, chamadas às principais informações e imagens num primeiro momento, seguido por título, chamadas, resumos e mais informações, podem conquistar o usuário que aos poucos pode explorar totalmente o que o museu quer comunicar.

Fernando Lopes, do MuBE, também sugere a facilidade na navegação como uma recomendação importante aos sites. Para ele, o museu precisa “ter um site que seja fácil de navegar, ter um mailing legal para divulgar e também estar ligado em todas essas ferramentas novas”<sup>89</sup>. Julie Belfer, do MAM, amplia a responsabilidade dos sites quando propõe: “Definir com clareza sua missão e saber como o museu é visto. Conhecer quem visita o museu é também essencial. O site é mais que a extensão on-line do museu. Ele é um novo canal de comunicação, rápido e confiável, pelo qual podemos criar novas interações e gerar novos conteúdos, aumentando a experiência do público”<sup>90</sup>. Thomás Vasconcellos de Freitas Levy, do MAS, recomenda aos museus um cuidado com a ficha técnica:

---

em 06/05/2010 e 20/07/2010.

- 88 TOLEDO GEO, Renata. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.
- 89 LOPES, Fernando. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 31/05/2010.
- 90 BELFER, Julie. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 02/06/2010.

“É necessário organizar o acervo por tipologia, data, autores. Um sistema ideal utilizaria tags para facilitar a pesquisa, e cada obra deveria vir com um pequeno texto com mais informações”<sup>91</sup>.

---

91 LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

# CONCLUSÃO

Quando levamos uma obra para o site, mais do que um processo técnico, estamos criando um novo acervo rico em significados, mas que exige cuidados para mantê-lo e apresentá-lo. Neste cenário, precisamos ir além de um simples processo de digitalização, para perceber que a peça artística sempre vem carregada de significados em qualquer ambiente, presencial ou digital. Para garantir uma experiência positiva e intensa, não há regras acabadas ou guias precisos. Mesmo vivendo na sociedade da velocidade onde se busca freneticamente os atalhos, é preciso trilhar algum caminho de reflexão crítica que tentamos explicitar nesta pesquisa ao conceber a curadoria digital para os sites de museus. Capaz de elevar as obras a uma condição de destaque na internet, essa atividade só terá sucesso se os museus estiverem abertos para considerar, mesmo que em parte, os trabalhos aqui desenvolvidos. O objetivo maior, sempre é bom lembrar, é criar condições favoráveis de aproximação entre a arte e o público.

A hipótese da pesquisa afirma, desde o início dos trabalhos, que é possível expor obras de arte na internet mantendo certa autonomia em relação à tecnologia. Agora, após ter enfrentado a realidade dos sites, consideramos a hipótese confirmada porque as dificuldades encontradas, que poderiam ofuscar as obras, mostraram-se solucionáveis. Para atingirmos esse patamar, podemos dialogar com a realidade da forma como fizemos, ouvindo os profissionais, conversando com os usuários e navegando atentamente pelos sites. São atividades simples de serem praticadas por uma curadoria digital ou por qualquer pessoa que assuma a responsabilidade de construir e manter um site funcionando. Nesse processo de diálogo, criando um ambiente propício para a troca, os condicionamentos

tecnológicos e técnicos podem ser ajustados. Mostramos que é possível fazer uma intervenção significativa em qualquer site de museu para criar condições positivas para o público apreciar a qualidade das obras e fazer as relações necessárias. Observamos que o site de museu tem relevância como obra criada pelo museu e se institui como espaço público capaz de se comunicar com determinada forma, promovendo a experiência estética de um visitante familiarizado ou não com a arte.

Percebemos que os sites de museus podem ser construídos sem necessariamente a existência de um museu físico. Não é a materialidade do museu e de seu edifício que garante uma relação adequada entre obra e espectador. É no trabalho da curadoria, no projeto institucional, na exposição temporária ou permanente, digital ou física, que a atuação do museu ganha consistência e se edifica para a sociedade e para a história da arte. E para isso um simples site na internet com essa missão pode se constituir e legitimar-se como um museu. É na relação com o seu público e quando esta vem permeada por um cuidado na construção de significados envolvendo a qualidade das obras de arte que um museu ganha vida e legitimidade.

Entretanto, a ação de uma curadoria digital, nos termos aqui propostos, exige uma ação interdisciplinar porque a construção de um site exige conhecimentos diversos e por isso todos os profissionais do museu devem ser envolvidos. É no trabalho articulado e descentralizado que os profissionais podem desempenhar ao máximo suas contribuições a partir de territórios muitas vezes já existentes na instituição. Como explicar a falta de dados da ficha técnica de uma obra no site, como constatamos, uma vez que a existência de um museu se legitima pelo trabalho de documentação, estudo, preservação, seleção e divulgação? Com certeza a informação existe, mas por alguma motivo não chegou ao site. O ambiente digital pode ser uma extensão para o museu existir, bastando ha-

ver uma curadoria digital capaz de promover um trabalho colaborativo e articulado com os interesses museológicos que confere identidade a cada instituição.

Sabemos da falta de recursos em muitos setores das artes e das responsabilidades enormes da curadoria em preservar obras e ainda garantir sua divulgação por meio de exposições, serviço educativo e outros eventos. É nesse contexto que a curadoria digital pode atuar de forma colaborativa, envolvendo todos os profissionais, iniciando uma gestão sustentável para o site. Curadoria digital, portanto, pede um esforço de descentralização capaz de delegar a cada profissional já atuante no museu uma tarefa reflexiva, informativa e materializada em uma ação concreta no site.

No limite, podemos concluir que o valor do museu, na verdade, não está no seu edifício nem nas obras de seu acervo. Claro que tudo isso tem valor, mas se qualquer museu do mundo fosse destruído no amanhecer de um dia e todas as obras desaparecessem do planeta, ainda assim não poderíamos dizer que todo o patrimônio do museu foi destruído. Imagens digitais das peças, textos dos curadores, exposições documentadas e estudos sobre artistas e obras poderiam estar preservados em um site. E mesmo que não houvesse um site, a memória das pessoas que tiveram contato com as obras poderiam se materializar em relatos, comentários e lembranças, narrativas que poderiam imortalizar o museu ao final do dia. O edifício do museu, com todo o seu acervo e documentação, foi destruído, mas não o museu imaginário dentro de nós.

É com esse horizonte de preservação do patrimônio que trabalhamos desde o início nesta pesquisa. Propomos materializar no site o valioso trabalho dos museus por meio de uma curadoria digital. Não queremos com isso retirar as visitas presenciais dos museus nem tornar o trabalho

de seus profissionais obsoleto. Defendemos a ampliação da preservação, registrando cada exposição e mantendo o acervo disponível de forma adequada. O ambiente digital tem importante contribuição nessa tarefa. Tudo para que a relação estabelecida entre obras de arte digitalizadas e seu público, mediada pelo museu, seja preservada como um patrimônio e que ultrapasse a materialidade da obra e atinja o digital como recurso vital do imaginário humano a ser trabalhado.

# BIBLIOGRAFIA

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999 (original escrito em 1998).
- BELFER, Julie. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 02/06/2010.
- BELTING, Hans. *O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois*. São Paulo: Cosac Naif, 2006.
- CANCLINI, Néstor García. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CANETTI, Patrícia. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/06/2010 e 11/06/2010.
- CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede (A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume 1)*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- CHIARELLI, Tadeu. “As funções do curador, o Museu de Arte Moderna de São Paulo e o grupo de estudos em curadoria do MAM”. In: CHIARELLI, Tadeu (coord). *Grupo de Estudos em Curadoria - Exposições organizadas em 1998*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1999.
- DI FELICE, Massimo. *Habitar os consumos: o caráter comunicativo dos objetos e a crise do antropomorfismo social*. Tese de doutorado. São Paulo: ECA – Escola de Comunicações e Artes da USP, 2001.
- FERNÁNDEZ, Luis Alonso. *Museología. Introducción a la teoría y*

*práctica del museo*. Madrid: Ediciones Istmo, 1993.

FERREIRA, Claudia Vada Souza. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 04/05/2010.

Fundação Maria Luisa e Oscar Americano, [www.fundacaoooscaramericano.org.br](http://www.fundacaoooscaramericano.org.br), acesso em 25/08/2010.

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

GOOGLE MAPS, <http://maps.google.com.br>, acesso em 30/05/2010.

GOVERNO FEDERAL, [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10098.htm), acesso em 20/06/2010.

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

KRUG, Steve. *Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.

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

LEVY, Thomás Vasconcellos de Freitas. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/04/2010.

LOPES, Fernando. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 31/05/2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. “Modelo metodológico: as instâncias da pesquisa” (Capítulo VI). In: *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 7 ed., 2003.

MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, [www.mac.usp.br](http://www.mac.usp.br), acesso em 25/08/2010.

- MALRAUX, André. *O museu imaginário*. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1965.
- MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo, [www.mam.org.br](http://www.mam.org.br), acesso em 25/08/2010.
- MAS - Museu de Arte Sacra de São Paulo, [www.museuartesacra.org.br](http://www.museuartesacra.org.br), acesso em 25/08/2010.
- MASCHIO, Ademir. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 26/05/2010 e 23/06/2010.
- MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, [www.masp.art.br](http://www.masp.art.br), acesso em 25/08/2010.
- MENEZES, Ebenezer Takuno de. “Como as artes habitam a internet: um estudo sobre a comunicação dos museus virtuais no Brasil e Uruguai” (Dissertação de Pós-graduação stricto sensu PROLAM USP). São Paulo: Biblioteca da FFLCH USP, 2008 (Mimeo).
- MENEZES, Ebenezer Takuno de. “Por uma segunda alfabetização: parâmetros de uma educação para a televisão” (Monografia de pós-graduação lato sensu Gestão de Processos Comunicacionais ECA USP). São Paulo: Biblioteca da ECA USP, 2005 (Mimeo).
- MIRANDA, Sérgio. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 23/04/2010 e 10/05/2010.
- MuBE – Museu Brasileiro da Escultura no Flickr, [www.flickr.com/photos/mube](http://www.flickr.com/photos/mube), acesso em 25/08/2010.
- MuBE - Museu Brasileiro da Escultura, [www.mube.art.br](http://www.mube.art.br), acesso em 25/08/2010.
- Museu Lasar Segall, [www.mls.gov.br](http://www.mls.gov.br), acesso em 25/08/2010.
- OLIVEIRA, Carla Regina de. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 07/05/2010 e 25/05/2010.

- PAGSEGURO, <https://pagseguro.uol.com.br>, acesso em 20/08/2010.
- PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1997
- Pinacoteca do Estado de São Paulo, [www.pinacoteca.org.br](http://www.pinacoteca.org.br), acesso em 25/08/2010.
- RÜDGER, Francisco. *Comunicação e teoria social moderna*. Porto Alegre: Fênix, 1995.
- SCHAER, Roland. *L'Invention des Musées*. Paris: Gallimard / Réunion des Musées Nationaux, 1993.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2000.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- TOLEDO GEO, Renata. *Entrevista a Ebenezer Takuno de Menezes – Pesquisa Curadoria Digital: por uma autonomia da exposição de arte na internet*. São Paulo: ANEXO, realizada em 06/05/2010 e 20/07/2010.
- VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. *Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica*. São Paulo: EPU, 2001.

# **ANEXOS**



# ANEXO

## Entrevista com Ademir José Maschio

*Instituição: Museu Lasar Segall. Acesso: [www.mls.gov.br](http://www.mls.gov.br). Primeiro contato: 23/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Ademir José Maschio, bibliotecário. Cargo/Setor: coordenador do Núcleo de Informática. Total de mensagens trocadas por e-mail: 6. Entrevista por e-mail: 26/05/2010. Entrevista pessoalmente: 23/06/2010. Registro em áudio e vídeo para o documentário: 23/06/2010. Declaração de Direitos de Imagem: assinou.*

### **Qual o seu nome completo e cargo?**

Ademir José Maschio. Sou coordenador de informática do Museu Lasar Segall.

### **Qual a sua formação?**

Bacharelado em Biblioteconomia.

### **Qual a sua responsabilidade no site do museu?**

Coordenação do projeto.

### **Como define o site na internet?**

Uma importante ferramenta de informação sobre o histórico do museu, do artista Lasar Segall e divulgação das atividades.

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

A primeira versão saiu em 2001 e a segunda versão em 2005.

### **Quando o site atual foi inaugurado?**

Abril/2010.

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

Em 2009, tivemos 50.636 visitantes.

### **Quantas obras podem ser apreciadas no site pela internet? Quanto representa do acervo físico?**

Temos 50 obras comentadas. Esta seleção é representada por obras de diversas técnicas e períodos de trabalho do artista Lasar Segall. Também podem ser visualizadas uma grande quantidade de trabalhos visitando as exposições temporárias que, desde 2001, são apresentadas no site.

### **Como o site é mantido financeiramente?**

O site bem como o Museu é financiado pelo Instituto Brasileiro de Museus/IBRAM, autarquia federal do Ministério da Cultura.

### **Quantas pessoas estão envolvidas diretamente com o site e quais as suas responsabilidades? Como funciona os recursos humanos para manter o site no ar?**

Registro por e-mail: O Museu contrata uma empresa que desenvolve o *layout* e as funcionalidades. Todas as áreas do Museu (Biblioteca, Educativo, Gravura, Fotografia, Criação Literária e Museologia e Divulgação) elaboram os conteúdos que são discutidos e analisados pela diretoria que, em comum acordo, definem a edição final. As áreas também são responsáveis pela

atualização e pela inserção de novos conteúdos.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: No desenvolvimento, a gente contrata empresa terceirizada. A gente não tem estrutura aqui para desenvolver o site dentro do Museu. Ainda no desenvolvimento, todas as áreas participam elaborando conteúdos que aí passam pela direção que, em comum acordo, faz os acertos e a gente passa para a empresa que publica o site. Na manutenção, a gente tem contato com a área de comunicação do Museu que organiza todo o material de divulgação e o material de publicação no site, e o Núcleo de Informática faz a publicação.

### **Como a identidade visual do site foi pensada?**

Registro por e-mail: Usa-se como parâmetro a estrutura funcional e organizacional do Museu bem como a poética de Lasar Segall, inserido no modernismo brasileiro, suas cores e as linhas estruturais retas como o nosso logo, inspirado na assinatura do artista e as tecnologias disponíveis no momento.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: O site atualmente encontra-se na terceira versão. Desde a primeira versão, ela [identidade visual] leva em consideração a obra do artista Lasar Segall. Ele é um artista modernista e tem aquelas linhas retas. O logo é muito forte porque o logo do Museu é uma das assinaturas do Lasar Segall. Então, isso é muito levado em consideração na hora de desenvolver o site.

### **E como foi pensada a organização do site?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Dentro dessa linha que falei, a gente encaixa os setores do museu, a importância dos setores do Museu. Você pode ver que têm os canais que são de maiores destaques e estão relacionados diretamente às atividades, às áreas do Museu. Aí tem os outros canais que são notícias, programação que aí é uma coisa que é produção do Museu. Então, a ideia é sempre fazer esse encaixe de acordo com as atividades do Museu.

### **Como as obras são trabalhadas no site atual?**

Qualidade de visualização para internet, ou seja, 72 dpi com tamanho máximo de 400 pixels.

### **Qual o critério de escolha de uma obra para ser digitalizada/fotografada?**

Registro por e-mail: O museu mantém uma política de registro fotográfico permanente de todo o seu acervo. Para o site, são selecionadas as obras mais representativas de toda a produção artística do Lasar Segall.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Para digitalizar um obra, na verdade, o Museu tem uma política de digitalização. Tem o acervo fotográfico e o acervo de obras. A gente tem 3.008 obras no acervo. Então a gente tem sempre uma imagem em alta resolução de cada obra. A partir daí, no desenvolvimento do site, a gente senta com a direção e a equipe da museologia para fazer uma seleção dessas obras. É levado em consideração, é pinçado do acervo uma pequena parte, uma parte representativa do acervo para a gente poder apresentar para o público. Não temos condições de colocar as 3.008 obras. Também não teria como. Hoje a gente tem 50 obras no canal de obras com texto descritivo. A ideia é a gente ampliar isso com o tempo, assim que a gente continuar a criar esses textos descritivos de cada obra. Não tem limite de inclusão de obras. É uma questão de política de inclusão do Museu hoje de apresentar essas 50 obras e ampliar de acordo com o a necessidade, com o surgimento desses conteúdos.

### **Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?**

A maior dificuldade é a atualização constante dos conteúdos já que o Museu é muito dinâmico na sua programação e não temos um profissional exclusivo para este fim.

### **Qual software é utilizado para gerenciar o projeto digital? Como ele foi escolhido? Ou o site foi desenvolvido fora do museu?**

O site foi desenvolvido fora do Museu e é baseado na linguagem ASP tendo um banco de dados Access como plataforma.

### **Como os visitantes são ouvidos? Há algum trabalho ou processo ou canal no sentido de saber o que os visitantes pensam sobre o uso do projeto digital?**

Os visitantes têm um canal de comunicação direto com o Museu através do “Fale conosco”, onde pode solicitar informações e dar opiniões sobre todas as atividades, incluindo o site.

### **O que o projeto digital representa para o museu?**

Importante ferramenta de divulgação e informação da vida e obra do artista Lasar Segall e do Museu, em larga escala.

### **O site tem algum desafio pela frente para o futuro?**

Registro por e-mail: Inclusão de novas tecnologias, maior dinamização e interação com os visitantes, por meio de novos recursos, que incluem, vídeos, imagem em movimento, inserir novos conteúdos como, por exemplo, as exposições anteriores a 2001, análises críticas sobre o modernismo, expressionismo etc.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Na verdade, eu nunca estou feliz com o site. Nunca. A gente percebe um monte de coisas que pode melhorar. A ideia é a gente incluir cada vez mais conteúdos; incluir textos críticos do Museu que é uma coisa que a gente não tem ainda, que é alguma coisa da produção do Museu. Eu vejo que a gente pode incluir imagem em movimento. Sinto que dá para colocar jogos porque a interatividade com o público vai ficar bem melhor, inclusive com o público jovem. Então a gente tem um leque grande para ampliar a questão do site.

### **Qual recomendação daria para um museu hoje que às vezes não tem recursos, que não tem condições de digitalizar todas as obras, que recomendação você daria para esse museu entrar na internet?**

Registro por e-mail: Que a ferramenta seja simples, facilitando a atualização e inserção de novos conteúdos. O site deve ser o mais direto possível, facilitando a navegação, sendo o mais dinâmico possível.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Olha é uma coisa que eu sempre faço aqui: a gente tem que buscar sempre a simplicidade. Por que a simplicidade? Porque você consegue passar as coisas da forma como você deseja. Se você não tiver recursos, não tem como você partir para um mega, hiper site. Você pode sonhar com um portal, mas acho que para passar para o público, para iniciar um projeto, uma coisa simples que você apresente a instituição, coloque um pouco do seu conteúdo para que a pessoa possa tomar esse conhecimento e que você entre na rota da internet para que as pessoas te conheçam e que você possa buscar esses recursos para poder ampliar o serviço que você está prestando.

### **Com a sua experiência, coordenando o site, teve alguma coisa que chegou a descobrir e que mudou sua forma de olhar para as artes ou que mudou sua maneira de entender a internet? Teve alguma descoberta, algo que queira destacar?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Na verdade, como trabalho há muito tempo no Museu, eu já estou viciado. Então a gente tenta o tempo todo passar para a internet o que a gente tem de conhecimento aqui dentro, não só eu, mas também as outras pessoas que participam. Isso num primeiro momento, é um choque porque o desenvolvedor de site às vezes ele não tem o conhecimento da área, então ele conhece tecnicamente como fazer um vídeo, eles

fazem coisas maravilhosas, mas que às vezes não se enquadram, não tem necessidade para a gente. E é muito difícil lidar com isso porque a troca não é muito rápida. Até a pessoa perceber a importância da instituição, a importância da obra, o que a instituição quer passar, você perde muito tempo. Na verdade um projeto de site, pela nossa experiência aqui, demora muito. É muito bate e volta. Então eles apresentam uma coisa. A gente não gosta ou pede para adequar e às vezes até uma coisa simples que as pessoas têm dificuldades de entendimento.

# ANEXO

## Entrevista com Carla Regina de Oliveira

*Instituição: Pinacoteca do Estado de São Paulo. Acesso: [www.pinacoteca.org.br](http://www.pinacoteca.org.br). Primeiro contato: 13/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Carla Regina de Oliveira, jornalista. Cargo/Setor: Assessora de Imprensa. Total de mensagens trocadas por e-mail: 7. Entrevista por e-mail: 07/05/2010. Entrevista pessoalmente: 25/05/2010. Registro em áudio e vídeo para o documentário: autorizou. Declaração de Direitos de Imagem: assinou.*

### **Qual o seu nome completo?**

Carla Regina de Oliveira

### **Qual a sua formação?**

Jornalista e assessoria de imprensa da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

### **Como definiria o site do museu hoje?**

Inicialmente o site foi publicado em 2007 e agora em maio de 2010 foi publicado uma nova página, com novo layout, novas informações, enfim, a gente procurou fazer um site bem mais completo. Completo, objetivo e dinâmico. A gente quer que o nosso visitante tenha todas as informações que ele precise ali via internet. A gente sabe da importância desse meio de comunicação, mas a gente também quer que esse visitante venha aqui, ou seja, que ele conclua a experiência dele aqui dentro do museu. A gente tem lá uma visita virtual em 360 graus, a gente tem as nossas exposições do ano e tem os projetos educativos. Tem desde informações técnicas de como é a estrutura da Pinacoteca, quais os núcleos, quem é que faz a Pinacoteca, até serviço, preço de ingresso, endereço, horário de funcionamento.

### **Como classificaria o site? É um site, um blog, um portal?**

Acho que poderia ser encarado como um portal porque a gente tem informações de exposições, de projetos que o museu desenvolve [e] que não estão necessariamente ligados às exposições. A gente tem os projetos educativos ligados às pessoas [com] vulnerabilidade social. Temos bastante projetos que a área educativa desenvolve e outras áreas também desenvolvem que as pessoas podem encontrar ali. Tem informações do memorial da resistência e da estação Pinacoteca que é o nosso outro prédio. Então, a partir do [endereço] [pinacoteca.org.br](http://pinacoteca.org.br) [o usuário] pode tanto ir para a Pinacoteca, para o Memorial, como ver projetos.

### **Qual a sua responsabilidade no projeto digital do museu?**

Criação e atualização do conteúdo.

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

Foi em 2007. Antes não tinha nenhum site, nada.

### **E você participou do projeto?**

Eu não participei do projeto em si. Cheguei um pouco depois. O projeto foi desenvolvido pelo assessor anterior. Mas a internet é uma coisa que os museus não podem ficar de fora. É praticamente obrigatório. Porque se a gente quer atrair um novo tipo de público, jovem, com perfil diferente, a gente precisa estar onde esse público está e a internet é um meio.

### **Quando o projeto atual foi ou será inaugurado?**

10 de maio

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

Cerca de 500 mil page views.

### **Quantas obras podem ser apreciadas no projeto digital pela internet? Quanto representa do acervo físico?**

Por enquanto a gente tem parte do acervo. Lá a gente deve ter em torno de 500 obras que é uma parte ínfima do nosso acervo, mas agora no meio do ano a proposta é que todo o acervo da Pinacoteca esteja disponível, que são mais de 9 mil obras, que vai ser uma integração do sistema que a gente utiliza. Então será em tempo real, qualquer tipo de alteração em dados técnicos de obra, título, nome de autor, automaticamente no site já entra a correção. Então a proposta é que todo o nosso acervo esteja disponível para consulta agora a partir do segundo semestre. Uma coisa muito importante que a gente tem muita preocupação é que a internet facilita o uso de imagem. As pessoas publicam e utilizam sem o menor pudor. Então a gente tem o cuidado sempre de preservar o direito de uso de imagem e sempre respeitar esse critério, que é super importante, ainda mais para uma instituição cultural que trabalha com arte.

### **Tem algum desafio para o futuro na internet?**

Nosso público tem essa característica de contato pessoal. Uma coisa que a gente sente bastante. Tudo que o visitante precisa saber ele encontra lá mas muitos visitantes gostam de ligar, de um contato, um atendimento fora do site. porque de certa maneira é até bom porque promove um contato mais próximo com os nossos visitantes. Uma característica dos visitantes da Pinacoteca é que boa parte deles vêm sempre. Não é aquele visitante de passagem. Então você tem pessoas que às vezes você andando pelos corredores você vê várias porque é um frequentador mesmo.

### **Como o projeto é mantido financeiramente?**

Pela própria instituição

### **Como a identidade visual do projeto digital foi pensada?**

Com o objetivo do site ser dinâmico

### **Qual software é utilizado para gerenciar o projeto digital? Como ele foi escolhido? Ou o site foi desenvolvido fora do museu?**

Programa do próprio desenvolvedor

### **Como os visitantes são ouvidos? Há algum trabalho ou processo ou canal no sentido de saber o que os visitantes pensam sobre o uso do projeto digital?**

Sim. Eles têm um canal direto por meio do "Fale conosco".

### **O que o projeto digital representa para o museu?**

Mais uma canal de comunicação

### **O projeto digital tem algum desafio pela frente para o futuro?**

Melhorar sempre!

### **Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Nós tínhamos a questão de atualização do site que era um pouco problemática, mas isso por conta da empresa que nos prestava o servi-

ço. Agora, com o novo site no ar, a gente tem uma atualização 100% nossa, feita pela equipe do museu, o que nos possibilitou grandes ganhos. Então agora a gente tem alguns projetos inovadores, um deles é nossa loja virtual que é um dos poucos senão o único museus no Brasil a ter uma loja virtual onde a pessoa encontra lá o catálogo da exposição, um livro da Pinacoteca, compra, paga esse livro da maneira que ele quiser ou pela internet ou no banco, no correio, da maneira que for melhor para ela e recebe na sua casa o livro e isso a gente não encontra em outros lugares, pelo menos por enquanto. Espero que a gente tenha mais [iniciativas semelhantes]. Mas isso é uma coisa bacana que possibilitou um pouco do acesso da informação e [fazer] chegar a todo lugar do Brasil. Então, desde uma pessoa que não pode vir à Pinacoteca aqui em São Paulo e conhecer as nossas exposições ou os catálogos e os materiais produzidos a partir delas, ela pode encontrar nessa loja virtual.

### **Qual recomendação daria para um museu colocar suas obras na internet?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Uma preocupação do nosso site é levar informação para todos os lugares e para todos os tipos de pessoas independente de classe social ou de qualquer outra questão. Então eu acho que mesmo os museus, pequenos museus espalhados pelo Brasil que têm uma verba muito pequena, eles também podem encontrar na internet formas gratuitas de publicar e deixar registrado o trabalho ali desenvolvido por eles. Então a gente tem páginas gratuitas, a gente tem Youtube, a gente tem Facebook, tem outras formas de comunicação que permitem que essa informação chegue, que atinja o público desejado pela instituição, sem que isso custe muito. Então acho que a minha sugestão seria que se o museu que quer divulgar e não tem tanta verba acho que essa é uma maneira de utilizar os meios que a internet proporciona.

# ANEXO

## Entrevista com Claudia Vada Souza Ferreira

*Instituição: Fundação Maria Luisa e Oscar Americano. Acesso: [www.fundacaooscaramericano.org.br](http://www.fundacaooscaramericano.org.br). Primeiro contato: 13/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Claudia Vada Souza Ferreira, historiadora. Cargo/Setor: Gerente Cultural. Total de mensagens trocadas por e-mail: 8. Entrevista por e-mail: 04/05/2010. Entrevista pessoalmente: não autorizou. Registro em áudio e vídeo para o documentário: não autorizou. Declaração de Direitos de Imagem: não assinou.*

### **Qual o seu nome completo?**

Claudia Vada Souza Ferreira

### **Qual a sua formação?**

Bacharel e pós-graduada em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

### **Qual a sua responsabilidade no projeto digital do museu?**

Fui responsável pelo projeto e conteúdo da 1ª versão do site. Atualmente ele é definido por equipe.

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

1998

### **Quando o projeto atual foi inaugurado?**

A primeira versão do site foi ao ar no segundo semestre de 1998.

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

Não temos contador no site.

### **Quantas obras podem ser apreciadas no projeto digital pela internet? Quanto representa do acervo físico?**

Cerca de 10% do acervo físico está disponível no site.

### **Como o projeto é mantido financeiramente?**

Recursos da Fundação Maria Luisa e Oscar Americano

### **Quantas pessoas estão envolvidas diretamente e quais as suas responsabilidades?**

Equipe com três pessoas para definição do conteúdo.

### **Como a identidade visual do projeto digital foi pensada?**

Semelhante à identidade institucional.

### **Qual o critério de escolha de uma obra para ser digitalizada/fotografada?**

Temos cerca de 90% das obras fotografadas em alta definição, selecionamos para o site peças relevantes da coleção.

### **Qual software é utilizado para gerenciar o projeto digital? Como ele foi escolhido? Ou o site foi desenvolvido fora do museu?**

O site foi desenvolvido fora do museu.

**Como os visitantes são ouvidos? Há algum trabalho ou processo ou canal no sentido de saber o que os visitantes pensam sobre o uso do projeto digital?**

O site conta com o canal "Fale conosco" utilizado para comunicação com o público, mas não há canal específico para o projeto digital.

**O que o projeto digital representa para o museu?**

O site é um instrumento amplo de divulgação institucional.

# ANEXO

## Entrevista com Fernando Lopes

*Instituição: Museu Brasileiro da Escultura. Acesso: www.mube.art.br. Primeiro contato: 20/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Fernando Lopes, graduado em Rádio e Televisão. Cargo/Setor: Coordenador de Exposições. Total de mensagens trocadas por e-mail: 11. Entrevista por e-mail: não respondeu. Entrevista pessoalmente: 31/05/2010. Registro em áudio e vídeo para o documentário: autorizou. Declaração de Direitos de Imagem: assinou.*

### **Qual o seu nome completo? Qual a sua formação e cargo que ocupa?**

Fernando Lopes, coordenador de exposições, formado em Comunicação Social - Rádio e TV, forneço conteúdo para o site, que é feito por uma outra empresa que chama Escola do Futuro, ligada à USP. Eles criaram o layout do site e eu encaminho as informações que entram, a programação do museu. Passo para uma pessoa que faz a atualização.

### **Como definiria o site do museu? Qual a sua visão sobre o site do museu?**

A gente tentou criar uma cara nova no site com uma visualização e navegação fácil, [que] seja fácil de identificar as áreas dentro do site. A gente se baseou em outros museus, tanto brasileiros quanto internacionais, para definir quantos itens teriam no site, quais áreas que seriam englobadas e, principalmente, fizemos uma identificação por cores. Cada item é de uma cor no menu principal e também para facilitar dessa forma a navegação e ter todas as atividades do museu dentro do site. Então, o site é relativamente novo, entrou no ar em novembro de 2009. É um site (o projeto atual), portanto, mas dentro tem um blog onde as pessoas podem enviar as opiniões, além de ter também aquele "Fale Conosco". Além do site, a gente tem o Flickr, Facebook e Twitter. Então, dentro do site temos tudo integrado. O que dá mais resultado é o Facebook porque tem uma resposta direta.

### **Como vocês têm utilizado o Facebook?**

A gente coloca toda a programação do museu. Então é atualizado quase que diariamente. Então, tem toda a programação, tudo o que tem de novo: convite de exposição, a programação de cinema, de cursos. Toda a programação do museu a gente atualiza diariamente via Facebook.

### **Tem algum número envolvendo o Facebook?**

Teria que ver com a equipe técnica do site. Tem uma pessoa que cuida do Facebook, mas está de férias. Mas acho que tem uns 5000 seguidores no Facebook e todo dia recebemos novos pedidos.

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

Em 2000, o museu entrou na internet. Tem uns dez anos que entrou o primeiro site. Em 2007, fizemos um novo site, mas também tinha alguns problemas.

### **Quando o site atual foi inaugurado?**

O site atual entrou no ar em novembro de 2009.

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

Teria que ver com a equipe técnica do site.

### **Quantas obras podem ser apreciadas no site?**

Tem as obras do acervo. O acervo do museu é pequeno porque a proposta do museu não é ter um acervo que ocupe uma área interna. A gente faz exposições temporárias. Então, o acervo nosso é na área externa do museu e tem dez esculturas. Vai aumentar um pouco mais mas não será nada muito grande. No site você entra em acervo e tem as fotos de todas as esculturas em torno de dez. São fixas e tem outras que são em comodato. Essas em comodato a gente não colocou como acervo fixo do museu. E temos também a divulgação das exposições. Então, temos lá exposições passadas, as atuais e as futuras. E em todas elas têm um texto, as obras que estão sendo expostas e um texto da curadoria.

### **Como as obras são apresentadas no site do museu?**

Registro por e-mail: Para exposições, a gente coloca só uma pequena mostra do que está acontecendo, algumas fotos das obras, até porque não pode divulgar tudo. E no Flickr tem fotos das exposições, como que é a exposição. Então, no site é um conteúdo mais reduzido e no Flickr a gente consegue um número maior de fotos com uma resolução mais legal. No Facebook a gente também posta as fotos das exposições; não só das obras. Tem as fotos para assessoria de imprensa e tem as obras da exposição montada mesmo. Então pode entrar e ver e se tiver interesse vem visitar pessoalmente.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: As obras são apresentadas de duas formas. A gente tem as obras do acervo do museu que estão no site; a gente tem as fotos de todas as obras do acervo e tem uma área específica no site que está como “acervo” e você pode ver as obras do acervo fixo do museu. E, além disso, é feita a atualização do site semanalmente de acordo com a exposição que está acontecendo e para cada exposição coloca algumas obras do artista que está expondo no momento. Além disso, a gente tem o Facebook e o Flickr do museu que têm uma visão maior das exposições, mais fotos com alta definição, que o visitante pode entrar no site e ver como está sendo a exposição que está sendo realizada atualmente.

### **O site tem algum desafio pela frente para o futuro?**

Na verdade depende da evolução da tecnologia e também de como a gente consegue inserir mais coisas no site como vídeos. A gente já tem alguns vídeos, mas a gente tem outros programas de fazer videoconferência. Então, o que está acontecendo no museu, se tem um palestra, se tem alguma coisa, a gente transmite ao vivo. Mas ainda é um projeto, não tem nada fechado.

### **Qual o desafio do museu para o futuro em termos de internet? Pensam em implantar alguma coisa que hoje não tenha no site?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: o principal é estar atualizado em tudo o que está acontecendo na internet de novo tanto Facebook, Flickr, Twitter. E a gente também quer implementar uma parte com videoconferência. Então a gente [quer] conseguir ter palestras e videoconferências com outros museus, outras instituições que possam ser acessadas pelo site. Quando a pessoa entra no site, acompanha o que está acontecendo no museu direto pela internet. Não precisa estar presente no espaço físico aqui no museu para acompanhar o que está acontecendo. Então, a gente pode fazer debates e palestras com outras entidades. Seriam videoconferências que a gente está implementando para talvez esse ano ou para o próximo ano já ter alguma coisa acontecendo.

### **Em termos de educação, formação de público, vocês têm alguma iniciativa?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: a gente tem todo um treinamento diferencial para os monitores do museu para receberem escolas e os visitantes. Para isso foi criado um blog em que os visitantes e os monitores colocam as experiências que tiveram dentro do mu-

seu. Então, as escolas que estão vindo visitar sempre têm fotos e textos. A gente pega entrevistas com os professores que acompanham as escolas e com os alunos para saber como foram essas experiências. É incluído no site que foi criado, um blog específico para o educativo.

**Em termos de ferramentas, qual a principal ferramenta fora do site? Qual percebeu um retorno bom e que o museu investe em termos de conteúdo?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: acho que o principal [site] atualmente está sendo o Facebook porque tem muitos seguidores. Muita gente entra na programação e já dá opinião na hora. É uma coisa superdinâmica. O Facebook, no momento, é a principal ferramenta na internet e que dá um resultado mais rápido. Você sabe quantas pessoas estão acessando, o número de pessoas que estão querendo adicionar o museu como seguidor e como amigo. Então é o que dá o resultado mais rápido. E também a pessoa já deixa opinião, pergunta o que está acontecendo, quer saber tudo o que tem de novo, confirma a presença nos eventos. Então é superlegal. O Facebook, no momento, é o que dá mais resultado.

**Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?**

Na verdade, agora o site é dinâmico. Então, a navegação é muito mais fácil. Os sites anteriores eram difíceis de navegar. A gente buscou e pesquisou em vários outros museus, centros culturais, para ter uma ideia do que estava acontecendo também e dividir em áreas.

**Tem um exemplo que identificaram como importante?**

Agora a gente está implementando um trabalho em cima do educativo do museu. Foi criado agora um blog para o educativo que entrou no ar esses dias. E para essa exposição do Brechert, que está acontecendo, a gente fez um trabalho específico para visitação, para receber escolas e junto estamos fazendo um blog, tiramos fotos das atividades que estão acontecendo, os monitores v o falando sobre as experiências que tiveram com os visitantes e os visitantes também podem escrever e entrar no blog do museu. E bem legal ter a participa o dos visitantes, d o opinião.

**Que recomenda o você daria para um museu hoje entrar na internet, construir suas páginas, ter algum tipo de inser o no ambiente digital?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: acho que primeiro é ter um site que seja fácil de navegar, ter um mailing legal para divulgar e também estar ligado em todas essas ferramentas novas. O Facebook é importante, d  um resultado muito legal. Twitter também. Porque você vai conseguindo seguidores, novas pessoas vão vendo a programa o e o site do museu estar sempre atualizado. Ter uma navega o fácil [para] que a pessoa não tenha dificuldade senão a pessoa acaba perdendo o interesse e não entra mais no site ou acaba não achando a informa o que desejava. Principalmente ter uma fácil navega o e estar atualizado em tudo o que tem de novo na internet.

# ANEXO

## Entrevista com Julie Belfer

*Instituição: Museu de Arte Moderna de São Paulo. Acesso: [www.mam.org.br](http://www.mam.org.br). Primeiro contato: 14/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Julie Belfer, formada em belas artes. Cargo/Setor: Coordenadora de Negócios e Marketing do MAM. Total de mensagens trocadas por e-mail: 16. Entrevista por e-mail: 02/06/2010. Entrevista pessoalmente: não respondeu ao pedido. Registro em áudio e vídeo para o documentário: não respondeu ao pedido. Declaração de Direitos de Imagem: não assinou.*

### **Qual o seu nome completo? Qual a sua formação e cargo que ocupa?**

Meu nome é Julie Belfer. Sou formada em Belas Artes pela School of the Museum of Fine Arts, Boston, filiada à Tufts University, e hoje coordeno negócios e marketing no Museu de Arte Moderna de São Paulo.

### **Como definiria o site do museu? Qual a sua visão sobre o site do museu?**

O site amplia a missão do MAM: colecionar, estudar, incentivar e difundir a arte moderna e contemporânea brasileira, tornando-a acessível ao maior número de pessoas possível. Com o projeto digital podemos realmente tornar o acervo do MAM acessível a todos, até para pessoas que não moram e/ou não conseguem vir a São Paulo fazer uma visita. A facilidade de entrar em contato com qualquer área do MAM, por meio de um "fale conosco" endereçado ao setor com que se quer falar, mostra nossa preocupação de criar esse canal com o público.

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

Em 1998, já estávamos com nosso registro [www.mam.org.br](http://www.mam.org.br).

### **Quando o site atual foi inaugurado?**

Em 2008, o layout foi totalmente revisto para tornar o site visualmente mais atraente. Os textos foram reescritos por uma profissional que estudou cada área do museu e, atualmente, apresentam uma linguagem mais simples e direta. Todo o menu do site foi refeito, levando em conta uma pesquisa na qual verificamos quais as áreas mais acessadas pelos visitantes, e possibilitando uma navegação mais fácil e rápida. A implantação do acervo e da biblioteca online possibilitou aos usuários a pesquisa por obras e publicações.

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

Em 2009, recebemos mais de 136 mil visitantes. Por mês, temos uma média de 10.700 visitas. Os números fluam, pois são diretamente ligados ao interesse pela exposição em cartaz ou a conteúdos eventualmente disponibilizados.

### **Quantas obras podem ser apreciadas no site? (fotos grandes ou pequenas)**

Todas as obras são fotografadas para documentar o acervo, mas somente aquelas sobre as quais temos direito de imagem estão disponíveis online. O acervo tem mais de 5.000 obras, das quais 3.200 obras com imagens autorizadas.

### **O site tem algum desafio pela frente para o futuro?**

Nosso maior desafio, acreditamos, é o mesmo de todos aqueles que usam a Internet para ampliar sua missão: manter o site sempre dinâmico e atualizado com novas tecnologias, que surgem a grande velocidade. Atualmente, adicionamos o Twitter para complementar o site e

estudamos integrar as demais redes sociais. Outro grande desafio para o futuro é tornar o site totalmente acessível para portadores de deficiência.

**Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?**

As dificuldades atuais relacionam-se com os aperfeiçoamentos constantes que buscamos fazer no site, alinhando novas informações e conteúdos. Com cada nova interação feita se resolve melhor a próxima.

**Qual recomendação daria para um museu desenvolver seu site na internet?**

Definir com clareza sua missão e saber como o museu é visto. Conhecer quem visita o museu é também essencial. O site é mais que a extensão online do museu. Ele é um novo canal de comunicação, rápido e confiável, pelo qual podemos criar novas interações e gerar novos conteúdos, aumentando a experiência do público.

# ANEXO

## Entrevista com Renata Toledo Geo

*Instituição: Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand – MASP. Acesso: [www.masp.art.br](http://www.masp.art.br). Primeiro contato: 16/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Renata Toledo Geo, publicitária. Cargo/Setor: gerente de comunicação e relacionamento do MASP. Total de mensagens trocadas por e-mail: 6. Entrevista por e-mail: parcial, 06/05/2010. Entrevista pessoalmente: 20/07/2010. Registro em áudio e vídeo para o documentário: 20/07/2010. Declaração de Direitos de Imagem: assinou.*

### **Qual o seu nome completo? Qual o seu cargo no museu?**

Renata Toledo Geo. Sou gerente de comunicação e relacionamento do MASP.

### **Qual a sua formação?**

Sou publicitária pós-graduada em Comunicação

### **Qual a sua responsabilidade no projeto digital do museu?**

Sou responsável pelo novo site do MASP, desde o contato com agências de *webdesign* e recebimento de propostas até o desenvolvimento, lançamento e atualização.

### **Como define o site do museu? Qual a sua visão sobre o site?**

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

O primeiro site do museu foi lançado em 1999, inclusive recebeu prêmio iBest em 2000.

### **Quando o projeto atual foi inaugurado?**

O projeto atual foi inaugurado em dezembro de 2009, porém algumas páginas do site só foram incluídas em fevereiro. Assim, podemos considerar que foi totalmente inaugurado em fevereiro de 2010.

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

Temos hoje uma média de 40.000 visitantes / mês

### **Quantas obras podem ser apreciadas no projeto digital pela internet? Quanto representa do acervo físico? E qual foi o critério ou processo para fazer a seleção das obras para a digitalização?**

Registro por e-mail: Na parte do site que se refere ao Acervo MASP, disponibilizamos 800 fichas técnicas com imagens das obras que podem ser ampliadas. Representam cerca de 10%.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: O acervo do MASP hoje possui cerca de 8 mil obras entre pinturas, esculturas, gravuras e fotografias. De todas essas obras, nós extraímos as 800 obras principais e dessas principais nos fizemos as imagens. Tem a qualidade suficiente para serem bem apreciadas pelo site na internet. E nas próprias obras, na ficha técnica, você consegue fazer uma busca, você pode buscar por artista. Então, por exemplo, você coloca Modigliani [Amedeo Modigliani] e dá um ENTER: aparece todas as obras do Modigliani em nosso acervo. Então, são seis obras e aí você clica na obra que você quer apreciar e ela fica no formato de ficha técnica com as principais informações. Tem as dimensões, a técnica, tem inclusive os doadores também em caso de doação de obras. A gente menciona os nomes dos doadores. E ao clicar na própria imagem ela se expande para a tela cheia. Esses são os recursos hoje do

acervo e a gente pretende sempre ampliar esse acervo digital também. Hoje tem 800 obras, mas a gente tem feito atualizações e a nossa intenção é colocar, não digo as 8 mil obras, mas grande parte das obras de nosso acervo.

### **Qual critério ou processo foi utilizado para fazer a seleção das obras?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Esse foi um trabalho que eu fiz em conjunto com a coordenadoria do Acervo. Foi o próprio Acervo aqui do Museu, a coordenadora do acervo, Eunice Sophia, foi quem separou essas 800 imagens das obras. E foi pensando mesmo nas obras que o público mais gosta de ver e as mais importantes também em termos de artistas. Nós tivemos a preocupação também, por exemplo: se escolhemos um Renoir [Pierre-Auguste Renoir], então [vamos] digitalizar todas as imagens do Renoir. Porque quando a pessoa busca pelo artista, ia ficar um pouco confuso ela achar seis obras se nós temos mais. Então nós tivemos essa preocupação porque a gente pensa que o nosso público na internet é desde um estudante até um professor, um especialista, e pensando em todas essas pessoas e em todos esses públicos, o que eles gostariam de ver.

### **Como é o processo de digitalizar uma obra? Qual o primeiro passo e o último?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Então, isso foi feito por um fotógrafo que ele é até aqui um parceiro do Museu. Ele faz parte do Comitê Curatorial, que é o João Musa. Então ele fez fotos das obras do acervo, das obras escolhidas e aí ele tem essa imagem em alta resolução e nós pedimos para que ele salvasse essas imagens em JPG para nós aplicarmos [publicação no site]. E para o site, foi uma orientação da agência que as imagens não fossem tão pesadas porque senão o site demora para carregar. Imagina 800 obras com 12 mega [megabyte]. É algo impossível. Então, quando eu digo baixa resolução tem que ter qualidade mas tem que ter até, por exemplo, tem que ter 300 dpis [em inglês, *dots per inch* ou pontos por polegada] mas tem que ter um tamanho de menos de um mega.

### **Como o projeto é mantido financeiramente?**

A agência de *webdesign* nos fez um preço muito especial, cerca de 20% do valor médio de mercado. Depois do lançamento do site, temos que fazer algumas manutenções e inclusões e eles não nos cobram. É um projeto feito em parceria mesmo.

### **Quantas pessoas estão envolvidas diretamente e quais as suas responsabilidades?**

Uma pessoa. É responsável por atualizar constantemente o site com os textos e imagens das exposições e de toda a programação. Também responde ao “Fale conosco” do site.

### **Como a identidade visual do site foi pensada, quais foram os passos, os critérios?**

Registro por e-mail: Foi pensada de forma a oferecer um site de fácil navegação, *clean*, onde as obras do acervo fossem os atrativos principais. Na verdade, o layout do site funciona apenas como uma moldura para as obras do acervo e demais imagens.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Quando você começa um projeto de um site novo, você pensa: é a janela do Museu para o mundo inteiro. Então, uma pessoa que nunca veio ao MASP vai ter a primeira ideia do que é o MASP entrando no site. Nós tivemos essa preocupação e aí junto com o meu diretor, que é o Luiz Pereira Barreto, nós analisamos algumas propostas da agência e vimos a que mais se encaixava com o MASP. Você olha o MASP, quando você passa aqui pela [avenida] Paulista, por exemplo: ele é muito *clean*. Então nós pensamos num site *clean* e que desse só uma moldura para o que nós temos de melhor, que são as obras do acervo. Então, até por isso, nós pensamos naquele fundo branco. Logo que você entra no site tem as três janelas e ali nós colocamos as principais informações, mas sempre com obras do acervo e com uma imagem que a gente deixa um pouco fixa que é do prédio. Porque al-

gumas pessoas ainda fazem um pouco de confusão entre o MASP e o MAM, por exemplo, Então, ali também para ela ter MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand e uma imagem do prédio.

### **Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?**

Registro por e-mail: O antigo site do Museu já vinha apresentando problemas há algum tempo, mas não havia como solucionar no formato anterior. Tínhamos que fazer um novo site. Como não havia verba, foi elaborado um projeto idealizando o novo site do Museu de acordo com as necessidades e as tendências na web. Com este projeto em mãos, nos reunimos, durante meses, com possíveis patrocinadores do site e com agências web até chegarmos à Liquid!, que aceitou desenvolver dentro das nossas possibilidades.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: O antigo site do MASP [...] nós tínhamos parceria com um portal e por essa parceria com o portal, uma das contrapartidas é que tivesse ali na nossa página do site antigo um cabeçalho com o nome do portal e um banner. Só que esse banner era piscante e ficava mudando de propagandas e com anúncios que nada tinham a ver com o MASP, mas sim com o portal. Era algo que, para toda a equipe técnica, enfim, para todos aqui do Museu, não era a forma como nós gostaríamos de apresentar o Museu porque as propagandas eram de várias coisas diferentes e nada tinham a ver com a área de artes e cultura. Então, ao encerrarmos a parceria com esse portal e como quem pagava a agência era o portal, nós ficamos sem agência também. Até continuamos por mais algum período com a agência que antes era paga pelo portal, que era uma das contrapartidas. Mas depois nós acabamos ficando sem a agência e por alguns meses nós ficamos sem o suporte técnico. O site era atualizado nesse período aqui dentro do MASP mesmo por uma pessoa da informática do museu. Mas como ele tinha sido pensando para uma atualização dentro de um agência com todos os recursos e todos os programas necessários, nós tivemos uma série de dificuldades porque nós não tínhamos aqueles programas. Então tudo acabava ficando um pouco [...], enfim, o site ficou por meses desatualizado. Nós tínhamos uma dificuldade para atualizá-lo. Enfim, foi um pouco complicado. Foram alguns meses de sufoco. Em paralelo, eu já estava atrás de uma nova agência. Depois de reuniões com seis agências diferentes, nós acabamos definindo qual agência pelo projeto que eles fizeram e pelo tipo de parceria que eles propuseram. Nós fechamos com uma agência que é a nossa agência web hoje. Então, eu atento para essa questão da parceria porque uma instituição cultural dificilmente tem recursos e quando tem recursos muitas vezes a parte de comunicação não é o número um em termos de prioridade, como é a manutenção do prédio. Então, fica muito difícil sobrar alguma verba para a área de comunicação e aí nesse sentido que eu atento para a questão da parceria de buscar realmente uma agência que tenha interesse na área cultural e propor contrapartidas. Nós trabalhamos com eles [com a agência atual] através de contrapartidas. Eu vejo para eles o que é interessante e nós podemos fazer trocas de serviços e você não acaba sendo aquele cliente que não faz qualquer tipo de pagamento e que acaba sempre ficando por último da lista. É o que acontece muitas vezes com agências em geral que pegam um cliente mas não consegue dar toda atenção porque, lógico, tem os clientes principais da casa, e nós temos como qualquer outro cliente necessidades que são às vezes imediatas. Eu preciso que uma informação vá para o site duas horas depois. Então eu não posso ter esse tempo de espera.

### **Hoje, em resumo, como funciona a atualização do site?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Nós temos hoje áreas do site que são atualizáveis, que a agência web chama de ferramenta administrativa. Então tem algumas partes do nosso site onde eu tenho essa ferramenta administrativa. E aí eu consigo atualizar no mesmo instante aqui do MASP mesmo. Então você entra numa página web que é a sua ferramenta administrativa, que é uma cópia do site, mas mais a parte de ferramenta. Então, eu coloco ali

a informação que eu preciso e na mesma hora eu publico e já vai para o site. Algumas outras páginas do site, que envolve mais a questão técnica, é a agência que continua atualizando. Agora, as principais, é onde eu preciso de uma agilidade. Por exemplo, em Exposições. Esse fim de semana nós tivemos uma mudança na data de encerramento de uma exposição. Na segunda-feira, a primeira coisa que eu fiz foi mudar essa data porque ela foi prorrogada. Então, se você fica na dependência de uma agência, a pessoa tem uma equipe ali, tem uma programação e você não sabe a hora que você vai ser atendido. Então, para Exposições, para Espetáculos e Eventos, para tudo que eu preciso de uma agilidade, porque às vezes mudou uma data ou mudou uma informação, eu tenho essa ferramenta administrativa.

### **Qual software é utilizado para gerenciar o projeto digital? Como ele foi escolhido? Ou o site foi desenvolvido fora do museu?**

Registro por e-mail: Desenvolvido pela agência web, fora do museu.

### **Qual recomendação daria para um museu colocar suas obras na internet, desenvolver um site, qual o cuidado que o museu deve ter?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Acho que o importante é ele conhecer o público dele e ele imaginar ou até se for possível através de pesquisas, melhor, o que o público gostaria de ver no site dele. Lógico que isso não vai ser a única coisa importante, porque o importante é você também divulgar o perfil da instituição, a atividade da instituição. A recomendação que eu dou no desenvolvimento de um site de museu é a pessoa que vai desenvolver o projeto do site imaginar tudo que o visitante precisa saber e tudo que ele pode procurar no site para que depois ele vá fazer uma visita física, para que ele possa visitar o museu. As informações sobre como chegar ao museu. As informações sobre horários, valor de entrada, a programação, quais são as exposições em cartaz, quais são as outras atividades. Acho que isso tudo tem que estar muito em destaque. O acervo do museu, claro, e até pensando nas obras mais importantes do acervo, dar um destaque para essas obras. Mas tem que estar tudo de uma forma muito fácil porque o que já deu para perceber é que, se o visitante virtual, se ele fica muito tempo tentando achar alguma informação no site, eu acho que ele tem um número de cliques, três cliques por exemplo, que depois ele já começa a perder a paciência. Se ele não acha fácil esse tipo de informação, por exemplo, ele acaba talvez saindo do site. Então acho que isso é o mais importante: pensar na parte informativa. Tudo que tem que ter de informação assim: entrar no site, bater o olho e programar sua visita. Porque a maioria das pessoas que entram no site de um museu é justamente para planejar a visita depois.

### **Você disse que o site do MASP hoje é informativo e que pretende torná-lo mais interativo. Como pretende fazer isso?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Então, do site antigo para o site atual, nós já tivemos aí um *upgrade* em termos de organizar as informações, deixar o site mais fácil de usar. Então, a pessoa entra e ela consegue ter acesso às informações de uma forma rápida. Então, essa foi a nossa principal preocupação mais até que a parte estética, até porque o site tem que ser informativo em primeiro lugar. E depois, agora que nós já temos o site em ordem, que nós já temos um site fácil de usar, a gente está agora trabalhando essa parte interativa. Então tem já a parte informativa formatada, é muito importante que o site tenha também uma parte interativa, que é o que faz o visitante entrar sempre. Então, você pensa que ele vai atrás de uma informação, ele pode entrar ali, pegar a informação que ele precisa, mas nem por isso ele pode entrar outra vez na mesma semana. O site sendo interativo você faz com que seu visitante entre várias vezes, o visitante virtual. Então, por exemplo, se ele entra na parte de espetáculos e eventos e ele percebe que ele próprio pode mandar também a programação para os amigos, ele vai olhar, ele vai colocar ali no compartilhar, vai enviar via Facebook, via Twitter, que

é algo que a gente tem trabalhado bastante agora: as redes sociais. Então, é algo que a gente percebe que as pessoas gostam, elas querem participar. Tudo o que eu publico, por exemplo, no Twitter, depois de uns dez minutos, eu volto lá para ver o que as pessoas [escrevem] e pelo menos umas dez pessoas já “retwittaram”. Então, nós temos ali já alguns *followers* fiéis que são multiplicadores da nossa informação e se pensar isso tem um custo zero. Então, Twitter, Facebook, acho que são ótimas ferramentas também para serem trabalhadas junto com o site além de uma *newsletter*, por exemplo, mensal, que seja da instituição para esse *mailing* que acaba formando via o site, via Facebook, e trabalhar bem esse relacionamento porque é uma porta aberta para o visitante e você percebe que as pessoas realmente querem participar. Elas querem ajudar a divulgar a informação.

**Tem algum exemplo de obra que tenha colocado em alguma rede social e a repercussão dessa obra?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Tem uma obra do acervo que é Rosa e Azul, do Renoir [Pierre-Auguste Renoir], que ela é muito querida pelos visitantes em geral. Geralmente, os visitantes, eles acabam falando pelo Fale Conosco ou por outras vias, sempre comentam dessa obra. Ela está em exposição agora e é uma das obras mais visitadas. E quando eu coloquei o perfil da obra, porque toda semana eu coloco no Facebook um perfil sobre uma obra do acervo que esteja em exposição. Quando eu coloquei Rosa e Azul, em especial, muitas pessoas comentaram. E o legal do Facebook é isso, as pessoas curtiram, colocaram comentários abaixo do tipo: “nossa, toda vez que vejo essa obra, ela me emociona”. Enfim, foi muito interessante. E agora todas as semanas eu tenho colocado uma obra diferente do acervo. Algumas são mais curtidas e outras menos curtidas. E na semana passada eu tive a ideia de colocar uma pergunta: qual obra você gostaria de ver do acervo aqui na página do Facebook? E acho que em um dia umas 50 pessoas escreveram. Entre o Facebook e o Twitter umas 50 pessoas mandaram as suas sugestões e ganhou o Rosa e Azul. Enfim, a gente vai fazer agora mais comentários sobre essa obra.

# ANEXO

## Entrevista com Sérgio Miranda

*Instituição: Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo. Acesso: www.mac.usp.br. Primeiro contato: 19/04/2010, por telefone e por e-mail. Indicação do responsável: Sérgio Miranda, jornalista. Setor em que trabalha: Imprensa e Divulgação. Total de mensagens trocadas por e-mail: 8. Entrevista por e-mail: 23/04/2010. Entrevista pessoalmente: 10/05/2010. Registro em áudio e vídeo para o documentário: Sim. Declaração de Direitos de Imagem: Assinou.*

### **Qual o seu nome completo?**

Sérgio Miranda

### **Qual a sua formação?**

Jornalista (1988) com especialização em Museologia (1995).

### **Qual a sua responsabilidade no projeto digital do museu?**

Não há um “projeto digital” do Museu. O website está inserido na política de comunicação do museu, área que coordeno desde 1993. Mas não foi sempre assim. O chamado “projeto mac virtual”, instituído e encerrado entre 2003/2006, foi realizado por equipe especialmente constituída para isso, da qual não fiz parte.

### **Como define o projeto digital atual na internet?**

O website do museu encontra-se em um período de transição. Quando o reassumi, em 2006, criei canais de comunicação com os diversos públicos do site para identificar as necessidades de melhorias a curto, médio e longo prazo. Com a consultoria de especialista na área, professor da universidade, e apoio técnico de profissionais da área de mídias digitais, minha equipe preparou o projeto para reformulação do site que aguarda financiamento. Enquanto isso, tomamos medidas para resolver de imediato algumas das principais reclamações sobre o site – principalmente no que diz respeito ao acesso aos conteúdos. A comunicação digital do museu foi incrementada com o lançamento, no final de 2009, de uma publicação digital, a Revista Contemporânea. Para apoiar a revista também desenvolvemos um portal que será lançado junto com o segundo número, em maio.

### **Quando o museu entrou na internet pela primeira vez?**

1995

### **Quando o projeto atual foi inaugurado?**

2004/5

### **Quantos visitantes recebe por mês e por ano?**

2006 – 126.335

2007 - 157.731

2008 - 141.314

2009 - 181.509

### **Quantas obras podem ser apreciadas no projeto digital pela internet? Quanto representa do acervo físico?**

Na consulta ao acervo podem ser vistas 319 obras, cerca de 3% das quase 10 mil obras do acer-

vo (incluindo obras em catalogação e coleções em comodato). Muitas outras obras podem ser consultadas nas páginas das exposições, aumentando consideravelmente este número.

### **Como o projeto é mantido financeiramente?**

Não há projeto. O “mac virtual”, encerrado em 2006, foi implantado com apoio do Banco Santander. Hoje não há verba específica para o site do Museu.

### **Quantas pessoas estão envolvidas diretamente e quais as suas responsabilidades?**

O site está inserido no contexto da Equipe Técnica de Imprensa e Divulgação do Museu. Não há funções específicas para as três pessoas que trabalham na equipe – um jornalista, uma arte-finalista e uma auxiliar administrativa.

### **Como a identidade visual do projeto digital foi pensada?**

Esta pergunta deveria ser dirigida aos responsáveis pela implantação do “mac virtual”.

### **Como as obras são trabalhadas no projeto digital atual?**

Não há projeto digital. Não há verba para mais obras serem fotografadas.

Qual o critério de escolha de uma obra para ser digitalizada/fotografada?

Esta pergunta deveria ser dirigida aos responsáveis pela implantação do “mac virtual”.

### **Como as obras são apresentadas ao público do site?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: As obras do acervo do museu estão hoje no site apresentadas de uma forma em que o público tem o acesso integral à obra de arte. Ele pode aproximar determinados detalhes das obras. Pode até imprimir algumas das obras e para isso a gente tomou alguns cuidados. Todas as obras que estão ali dispostas a gente consultou sobre o direito do autor para que o público tivesse esse acesso. Além disso, o público chega até essa obra e ele tem detalhes sobre o artista, da biografia do artista, detalhes sobre a história da obra, composição daquela obra, do contexto daquela obra, além de detalhes técnicos, tamanho, enfim, técnica utilizada. A gente pensa em fazer algo diferente para frente porque essa visualização da obra de arte no ambiente da internet não substitui, claro, a visita à obra de arte. Então isso causa alguns estranhamentos. Tem a questão da textura, obras tridimensionais e a gente pretende dar um outro uso para a obra de arte do acervo dentro do ambiente de internet. Possibilitar que o usuário monte sua própria exposição, possa fazer playlists de suas obras prediletas, por exemplo, e que ele possa ter maior interatividade com a obra, entendendo o ambiente em que ela está. E podendo também, além de só vê-la como se estivesse numa parede, fazer, enfim, indicar para um amigo, mandar para um amigo. Quero dizer, ter um sentido mais de não só de conteúdo a obra, que o usuário possa participar dos sites de relacionamentos, enfim, colocar a obra de arte no Facebook, discutir a obra de arte, transformar a obra de arte num ambiente de discussão para que o usuário possa colaborar com suas discussões, com suas opiniões em relação àquela obra ou aquele artista, e isso seja um ambiente aberto para que muitas pessoas possam, enfim, discutir uma obra de arte através do site.

### **Quais as dificuldades enfrentadas atualmente e quais já foram superadas?**

Financiamento.

### **Qual software é utilizado para gerenciar o projeto digital? Como ele foi escolhido? Ou o site foi desenvolvido fora do museu?**

Foi desenvolvido fora do museu e é operado por mim, sem nunca ter recebido qualquer treinamento ou informação a respeito.

## **Como os visitantes são ouvidos? Há algum trabalho ou processo ou canal no sentido de saber o que os visitantes pensam sobre o uso do projeto digital?**

Além do “fale conosco”, acho que a resposta 4 já fala sobre isso.

### **O que o projeto digital representa para o museu?**

Registro em áudio e vídeo para documentário: Num primeiro momento, o projeto digital do museu tinha o sentido de informar as pessoas sobre o que está acontecendo no museu, as atividades no museu. Isso caminhou um pouco para ter mais conteúdo. Então, além de anunciar as atividades do museu, agora o público pode conhecer o acervo, as obras que não estão expostas, mas sempre no sentido de passar o conhecimento, de propiciar o conhecimento.

Mas isso não foi tratado, na verdade, como um projeto digital que é o caminho que a gente está entrando agora para seguir. Na verdade, um projeto digital pode ir um pouco além disso no sentido de primeiro possibilitar a discussão da produção da obra de arte digital, que o MAC tenha através do seu site a produção digital, que os artistas possam produzir digitalmente suas obras de arte através do site do museu.

Além disso, sair do patamar do conteúdo para o patamar da colaboração, quero dizer, você propiciar um ambiente da internet para que as pessoas vejam exposições que não existem. São exposições que só vão existir no ambiente de internet, ou por curadores especificamente convidados para fazer essa curadoria para o ambiente de internet, ou os próprios usuários propondo, dentro do conhecimento do acervo que eles possam ter, ambientar essas obras de maneira a criar exposições eles mesmos. Isso é o que a gente está projetando, que o usuário que construa uma exposição, seja com a temática que ele quiser, ele possa ter os outros usuários de internet emitindo opiniões sobre a exposição que ele criou e você cria um ambiente de crítica e de discussão da obra de arte que, na verdade, de uma exposição que o museu não criou, que o museu não inventou, mas deixou para as próprias pessoas, conhecendo o acervo, ir fazendo o que elas acham com essas obras de arte.

O próximo passo na verdade é não repetir, não tentar que o museu na internet repita o museu físico. Então, a sala de exposições que nós estamos criando, por exemplo, nesse novo ambiente virtual, não é uma cópia da sala de exposição que a gente tem no prédio do museu. A gente quer dar um passo para assumir que são coisas diferentes, a gente [deve] parar com essa tentativa que em geral existe de você ter uma visita virtual no site daquela exposição que está tendo no espaço físico. Se um é o espaço físico e o outro é um espaço virtual não tem motivo para que eles tenham a mesma exposição. Então a gente quer assumir esse ambiente virtual como um outro ambiente, ter uma outra arquitetura, tem outro prédio contruído para que se crie novas exposições. E aí você tem o que faz parte dos que justificam o projeto digital em última análise é o acesso. As pessoas podem conhecer o acervo, conhecer as exposições, conhecer os artistas, sem necessariamente virem ao museu. Não só o MAC, mas a maioria dos museus não é um ambiente de muita frequência. As pessoas não vêm ao museu. Todas as pesquisas mostram isso. Normalmente a criança vai ao museu com a escola e dificilmente volta. Não é um ambiente que a pessoa escolhe como lazer, mas na frente do computador a gente pode tentar mudar isso se a gente mostrar que é um outro ambiente. Não adianta nada a gente tentar fazer do ambiente de internet o mesmo ambiente físico porque se a criança ou a pessoa não vai até o museu também não virá ao site do museu. Então, a gente quer que o site do museu seja outro ambiente, um ambiente em que a pessoa vai se sentir muito mais à vontade por conta de estar na sua casa, porque tem a interatividade, que vai poder colaborar, que vai se sentir fazendo parte daquele novo ambiente.

### **O projeto digital tem algum desafio pela frente para o futuro?**

Acho que já deu para perceber que sim. O primeiro deles é realmente implantar algo que se

possa chamar de “projeto digital” que, ao meu ver, é muito mais do que somente um site na internet. Estamos muito próximos disso, desde que haja financiamento para levarmos adiante nossas ideias. A expectativa é que isso possa ocorrer brevemente.

### **Qual recomendação daria para um museu colocar suas obras na internet?**

Registro em áudio e vídeo para documentário: Embora não seja o que o próprio museu, o próprio MAC faça, mas é o caminho que a gente quer atingir. A ideia é colocar todas as obras na internet. Não vejo nenhum medo que o museu tenha que ter em relação a disponibilizar ao público imagens e informações sobre todas as suas obras. Nosso objetivo aqui: como nós temos 10 mil obras e não temos imagens de todas elas e o custo para fotografar tudo isso é muito grande, eu acho que pelo menos as informações, mesmo sem imagens de todas as obras, devem estar num website.

Tendo condições de ter também todas as imagens à disposição, acho que o museu deve permitir copiar, baixar, imprimir, enfim, colocar à disposição do público as imagens do seu acervo. Por quê? Primeiro porque o uso indevido dessas imagens é por conta e risco de quem o fizer. Não é uma responsabilidade do museu. Acho que cabe ao museu informar ao público dessa condição de direito do autor para que não haja mau uso, mas em geral, o frequentador do site quer conhecer, quer brincar, quer colocar essa foto no seu Orkut, no seu Facebook, quer fazer um trabalho de escola, e para esse uso não há outra forma melhor de aproximar o público da obra de arte.

Muitas vezes o usuário de internet não vai nunca conseguir vir até o museu e muitas vezes quando consegue vir não consegue fotografar a obra. Então ele ter o acesso à imagem é muito importante, sobretudo arte contemporânea que os artistas estão vivos, as obras estão sendo produzidas nos últimos 20 anos, 30 anos, [e] muitos artistas continuam produzindo, a maioria deles. Acho que é uma forma de aproximar uma arte tão difícil de ser entendida pelo usuário, pelo aluno, pelo estudante desde o ciclo básico até o pesquisador. É uma forma mais simples e alternativa para que isso seja democratizado, que esse acesso seja mais amplo e com isso as pessoas vão começando a entender, [a] gostar da obra de arte, [a] discutir a obra de arte. Se isso puder estar num ambiente como a gente quer fazer, que seja um ambiente que na própria página daquela obra as pessoas possam discutir e comentar, melhor ainda, [porque] começa a criar um círculo, um circuito em torno da obra de arte. Acho que isso é muito importante.

Eu colocaria todas as as obras que o museu possa colocar, permitindo qualquer tipo de acesso a elas. Claro, alertando o usuário sobre o direito do autor, enfim, as experimentações que podem ou não serem feitas com uma imagem. Acho que tendo esses cuidados, o museu deveria permitir o acesso livre a todo o seu acervo.

# ANEXO

## Entrevista com Thomás Vasconcellos de Freitas Levy

*Instituição: Museu de Arte Sacra de São Paulo. Acesso: [www.museuartesacra.org.br](http://www.museuartesacra.org.br). Primeiro contato: 16/04/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Thomás Vasconcellos de Freitas Levy, jornalista. Cargo/Setor: Comunicação Social. Total de mensagens trocadas por e-mail: 5. Entrevista por e-mail: 26/04/2010. Entrevista pessoalmente: não autorizou. Registro em áudio e vídeo para o documentário: não autorizou. Declaração de Direitos de Imagem: não assinou.*

### **Qual o seu nome completo?**

Thomás Vasconcellos de Freitas Levy

### **Qual a sua formação?**

Superior Completo – Comunicação Social, Jornalismo

### **Qual a sua responsabilidade no projeto digital do museu?**

Análise do projeto antigo, propostas para mudança

### **Como define o projeto digital na internet?**

Criar um banco de dados sobre o acervo do MAS. Tornar possível publicação de textos de diversas áreas

### **Quando o projeto atual foi inaugurado?**

Julho de 2008

### **Quantas obras podem ser apreciadas no projeto digital pela internet?**

Cerca de 80 obras

### **Quanto representa do acervo físico?**

O acervo conta com mais de 4500 peças

### **Como o projeto é mantido financeiramente?**

Custos de hospedagem e manutenção inclusos no planejamento anual do MAS, utiliza dinheiro repassado pela Secretaria de Estado da Cultura

### **Quantas pessoas estão envolvidas diretamente e quais as suas responsabilidades?**

4 pessoas: dois programadores, uma webmaster e uma pessoa responsável por criar conteúdo para o site

### **Como a identidade visual do projeto digital foi pensada?**

Usando como base a identidade visual da instituição, com as cores básicas e fontes.

### **Como as obras são trabalhadas no projeto digital atual?**

Em galerias de fotos

### **Qual o critério de escolha de uma obra para ser digitalizada/fotografada?**

São fotografadas e publicadas imagens de peças expostas, apenas.

**Como a obra em cena digital foi pensada?**

Como galeria der fotos

**Qual software é utilizado para gerenciar o projeto digital?**

Sistema próprio em linguagem php.

**Ou o site foi desenvolvido fora do museu?**

O site foi desenvolvido fora do museu.

**Como os visitantes são ouvidos? Há algum trabalho ou processo ou canal no sentido de saber o que os visitantes pensam sobre o uso do projeto digital?**

Os visitantes podem entrar em contato sobre o site utilizando a seção “fale conosco”, que envia um e-mail aos responsáveis pelo site.

**O projeto digital tem algum desafio pela frente para o futuro?**

O portal do MAS está passando por uma mudança e já há um novo sistema utilizando a ferramenta Joomla que deve ser implementado até o fim de 2010. Muitos dos problemas serão corrigidos com essa mudança.

**Qual recomendação daria para um museu colocar suas obras na internet?**

É necessário organizar o acervo por tipologia, data, autores. Um sistema ideal utilizaria tags para facilitar a pesquisa, e cada obra deveria vir com um pequeno texto com mais informações.

# ANEXO

## Patricia Kunst Canetti

*Instituição: Canal Contemporâneo. Acesso: [www.canalcontemporaneo.art.br](http://www.canalcontemporaneo.art.br). Primeiro contato: 02/06/2010, por telefone e por e-mail. Responsável: Patricia Kunst Canetti, artista multimídia. Cargo/Setor: criadora do Canal Contemporâneo. Total de mensagens trocadas por e-mail: 4. Entrevista por e-mail: 07/06/2010. Entrevista pessoalmente: 11/06/2010. Registro em áudio e vídeo para o documentário: autorizou. Declaração de Direitos de Imagem: assinou.*

### **Qual o seu nome completo? Qual a sua formação e ocupação atual?**

Registro por e-mail: Patricia Kunst Canetti. Fiz minha formação em cursos livres no Brasil e no exterior. Veja no meu perfil no Canal Contemporâneo. Atualmente curso Análise e Desenvolvimento de Sistemas na Uninove. Sou artista multimídia e me dedico integralmente à comunidade digital Canal Contemporâneo. Acesso ao perfil no Canal Contemporâneo: [http://www.canalcontemporaneo.art.br/\\_v3/site/perfil\\_individuo.php?idioma=br&perfil\\_usuario=34010](http://www.canalcontemporaneo.art.br/_v3/site/perfil_individuo.php?idioma=br&perfil_usuario=34010)

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Eu me chamo Patricia Kunst Canetti e o nome artístico é apenas Patricia Canetti, apesar do Kunst significar arte em alemão; mas eu escondo ele no nome profissional. O trabalho com o *Canal Contemporâneo* começou por acaso há dez anos atrás. Ele inicia em dezembro de 2000 e janeiro de 2001; começa com a troca de convites eletrônicos que fomos os primeiros a disparar. A partir disso constrói-se uma comunidade digital numa época que mal se tinha esse conceito definido de comunidade digital e depois redes sociais. O *Canal* trabalha dessa maneira de uma forma muito *low tech*. Ele não tem essa tecnologia [de redes sociais] ainda instalada no site, mas a gente vai trabalhando como comunidade no sentido que se trabalha a troca de informação e do conhecimento muito para o desenvolvimento da própria comunidade. Então a gente vê momentos onde temos mobilizações políticas como foi o caso do histórico embate contra a construção do Guggenheim [Guggenheim Museum] no Rio de Janeiro em 2003; um abaixo-assinado que a gente fez em relação à arte digital para ter maior reconhecimento no Ministério da Cultura, o que resultou no Ministério criar uma cadeira de arte digital no Conselho Nacional de Política Cultural e que eu ocupo a cadeira titular de conselheira no CNPC. Na verdade, todo esse trabalho, que é encarado por mim e pelo coletivo editorial do *Canal*, que é formado por jovens artistas e críticos, a gente trabalha a experimentação, a internet como uma experimentação artística. A gente investiga esse espaço. A gente vai propondo ações e percebendo ao mesmo tempo o que é que a gente está construindo. Então hoje nós somos um acervo que guarda quase dez anos de trocas de conteúdo na rede. Misturamos discussões de políticas culturais, debates em plataforma de fórum, em blogs, trabalhamos hoje com outras redes, o YouTube, Facebook, Twitter que se mesclam ao *Canal* como plataforma. Agora mesmo nós estamos fazendo o lançamento de uma ação nova que se chama “Desafio favoritos”, que mistura o *Canal* no tubo, que é nosso canal no YouTube com discussões no Facebook. Vamos tentar ter um horário para se ver videoarte na TV. Vamos tentar lançar um horário de programa de webtv alimentado por favoritos. Enfim, é um trabalho que vai além de definições comuns como publicação, revista eletrônica ou jornal eletrônico. E mesmo dentro das definições mais atuais de mídia tática e de mídia radical, o *Canal* também tem complicações porque ele trabalha como uma mídia tática mas, ao mesmo tempo, ele é um lugar permanente. O que seria mais indicado para uma mídia tática é você fazer ações e desaparecer, mas ele se mantém. Ele trabalha como mídia radical muitas vezes tendo embates, indo contra o sistema, mas o sistema de artes está dentro do próprio *Canal Contemporâneo*. Ele é e reflete esse sistema. O sistema que usa ele como ferramenta. E para dar um último exemplo, na nossa seção comunidade, você vai encontrar usuários, organismos

que são instituições, galerias, parceiros e patrocinadores. Então, nosso próprio patrocínio da Petrobrás e o apoio que recebemos do Itaú Cultural nós entendemos eles como fazendo parte da comunidade. A comunidade do *Canal* reúne desde o artista, o teórico, o crítico, que são os primeiros trabalhadores desse sistema, até o patrocinador. Então, são maneiras novas de perceber a internet e a gente trabalha em cima desse mote das relações são o espaço para investigar a internet.

### **Qual a sua percepção sobre a atuação dos museus brasileiros na internet?**

Registro por e-mail: A atuação dos museus brasileiros na internet é muito fraca e acredito que isso esteja intrinsicamente relacionado à desestruturação dos museus de uma maneira geral. Entendo que o descompasso de nossos museus em relação às funções tradicionais impede que eles percebam o que deveria ser o papel dos museus em tempos de internet. Do ponto de vista de conservação de acervos, ainda vemos uma enorme desconfiança em relação ao digital e isso impede o entendimento das mudanças que o digital traz para a atuação dos museus na atualidade. Tudo isso impede que os museus brasileiros se pensem como veículos e não mais apenas como instituições físicas.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Eu acredito que a atuação que a gente vê... e aí abro até um parênteses. O *Canal*, quando começou, e ele começou com esse nome de *Canal* justamente com a ideia de levar às pessoas aos lugares na rede, e dez anos se passaram e a gente ainda vê que a gente tem um espaço virtual ainda muito mal ocupado pelos museus. E eu acredito que isso se dê pela eterna precariedade de nosso tecido institucional. A gente ainda está correndo atrás de coisas tão básicas e tão tradicionais que é difícil a gente ver uma boa entrada dos museus na internet. E mesmo quando eles se esmeram em fazer bons sites eu ainda vejo uma coisa muito antiga. É como se a gente estivesse ainda digitalizando o século XIX. Você pega um modelo de museu e aplica isso na rede. Eu entendo como artista digital que o digital na verdade modifica nossas vidas, nossa maneira de trabalhar, nossa maneira de ver o mundo. Então minha grande questão para os museus é: como eles vão se deixar modificar? Porque entrar como um museu, o formato conhecido na rede, não é suficiente. É estar no passado ainda. Acho realmente que isso é uma questão a ser colocada.

### **Como os museus paulistas poderiam se afastar dessa visão mais tradicional?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Olha, uma maneira para museus paulistas e brasileiros e de qualquer país... acho que a maneira de se afastar do tradicional é a experimentação. Acho que o que falta aí é os museus chamarem para dentro dos museus os artistas para trabalharem e para poder haver um questionamento sobre o tradicional, que haja uma faísca que modifique essa visão. Eu vejo muito nos fóruns, se fala numa digitalização de acervos, por exemplo. Não é só isso. Se a gente vê trabalhos como do artista russo Lev Manovich que esteve em São Paulo dando uma palestra ano passado, o que ele mostra com o *cultural analytics* são ferramentas, são softwares que modificam completamente a maneira de você imaginar um acervo, a função de um acervo, ou como a gente pode manusear esse acervo, é uma mudança enorme e isso nos conecta diretamente à rede. O que você pode fazer no espaço físico ou como o público pode interagir a partir da rede, o digital é isso: não tem fronteira de espaço. E infelizmente os museus continuam com uma delimitação geográfica e espacial do local físico. Isso é um entendimento que apequena sempre as possibilidades que o digital traz.

### **Considerando as exposições de arte dos museus paulistas, que balanço faria sobre digitalização das obras e sua comunicação na internet?**

Registro por e-mail: Não vejo de fato uma digitalização acontecendo. E o que se vê na rede é no máximo uma catalogação digitalizada, muito longe das possibilidades oferecidas pelos meios digitais em relação à visualização de dados. Ver Lev Manovich ([www.manovich.net/](http://www.manovich.net/)).

**Você tem alguma indicação de site de museu em que você enxerga ou percebe uma aproximação do que seria ideal ou já com alguma inovação?**

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Nesse aspecto que eu estou falando, não. Eu ainda não... Teria até que ver no site do artista Lev Manovich se ele já está levando isso para dentro de alguma instituição americana. Ele trabalha na Califórnia na universidade... Em termos de site, uma instituição que trabalha ao menos dentro dessa visão já de se perceber como um veículo, acho que a Tate Modern tem se mostrado bastante presente na rede, inclusive com material audiovisual. Você vê os Tate Shots no Youtube; são de uma qualidade maravilhosa. É uma preocupação com um registro audiovisual que nós aqui não temos. Isso é uma falta. O *Canal Contemporâneo* agora até ganhou o edital Conexão Artes Visuais da Funarte-Petrobrás e o projeto nosso é justamente um edital de vídeos sobre arte. A gente vai fazer agora no segundo semestre essa premiação justamente com a ideia de estimular o registro audiovisual de arte contemporânea brasileira. A gente entende que nunca a gente teve uma situação tão fácil de se fazer vídeos e publicar vídeos e no entanto o que a gente encontra é muito pouco. Está se trabalhando muito pouco isso. E acho que as instituições e os museus deveriam prestar atenção nesse papel. É um papel institucional. Isso é também acervo. Você guardar registros. Então se você imaginar essa questão do audiovisual, que não é de hoje, a gente já percebe o atraso das instituições. E agora estamos falando de internet. Sim, o YouTube já está aí há alguns anos e isso é uma prática nossa, pessoal, já de algum tempo. E nesse sentido cito a Tate porque realmente o trabalho que ela vem fazendo com o audiovisual na rede é bastante importante.

**Considerando sua experiência no campo das artes e sua atuação com o Canal Contemporâneo, que recomendação ou sugestão daria para um museu usar a internet e apresentar seu acervo ao público?**

Registro por e-mail: Chamar artistas digitais para trabalhar junto aos museus para que os seus profissionais pudessem se atualizar em relação a um entendimento mais profundo sobre a era digital e suas possibilidades na transformação dos museus. São esses profissionais que trazem atualmente o conhecimento de ponta da rede e das mídias digitais.

Registro em áudio e vídeo para o documentário: Acho que a minha recomendação seria: por exemplo, eu não separo a web do conteúdo do museu. Acho que a questão aí é pensar a atividade do museu, o conteúdo do museu e pensar a web como espaço a ser habitado e [como] veículo. A recomendação que eu daria aos museus é que eles trabalhem com artistas, que eles chamem os artistas para provocar mudanças de mentalidade, provocar experimentações, colocar os profissionais tradicionais de museu, que trabalham em conservação, em acervo e em curadoria, para que haja espaço para experimentar com as novas mídias, com o digital, porque senão a gente não vai sair dessa situação que a gente tem hoje que é: você pega um formato existente e digitaliza isso. Então a gente não vai sair desse mote de ficar digitalizando o século XIX.

# ANEXO

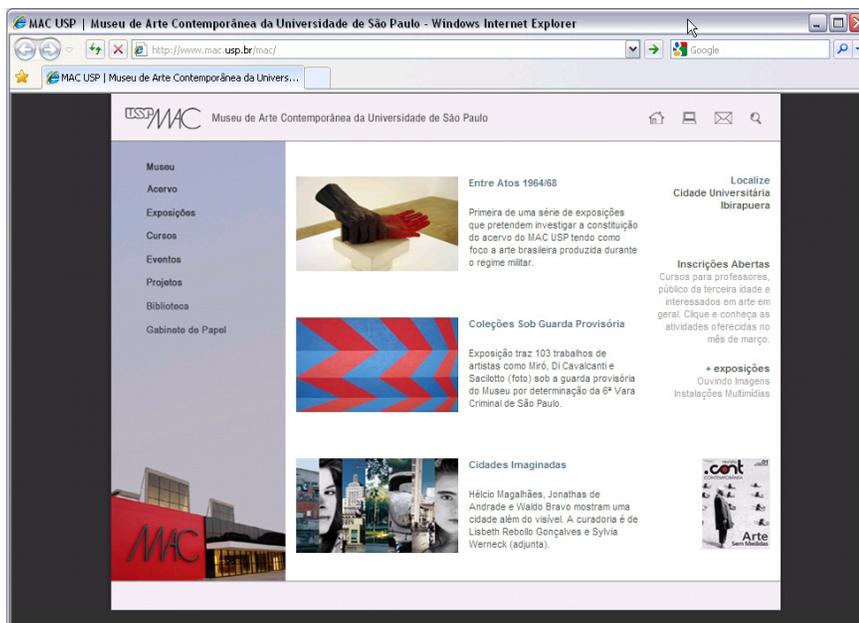
## Teste dos parâmetros – MAC USP

PARÂMETRO	OBSERVAÇÃO
Nome do museu	MAC USP - Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo,
Acesso físico	Rua da Reitoria, 160 - Cidade Universitária (dois edifícios) e Pavilhão Ciccillo Matarazzo, 3º piso - Parque Ibirapuera, São Paulo – SP. Também no Parque Ibirapuera, o antigo prédio do Departamento Estadual de Trânsito (Detran) está em reforma e em breve o museu deve ocupar esse espaço.
Definição do projeto digital	Trata-se de um site do Museu.
Acesso digital	www.mac.usp.br O endereço de acesso é o nome abreviado do museu, facilitando a lembrança, e traz extensão associada á USP.
Primeira página	Além dos menus, o que se destaca são cinco imagens, sendo quatro clicáveis (três para informações da exposição e uma para Contemporânea, a revista digital do MAC USP) e a outra, do edifício situado na Cidade Universitária, integra a base do menu à esquerda (imagem 38).
Primeiras informações	As informações iniciais (imagem 38) abordam três exposições através de três obras não identificadas, além de botões “Museu”, “Acervo”, “Exposições”, “Cursos”, “Eventos”, “Projetos”, “Biblioteca”, “Gabinete de Papel” e ícones “Home” (casinha), “Sobre o MAC” (computador), “Fale Conosco” (cartinha) e “Busca” (lupa). Também temos à direita o item “Localize” com dois links diretos para o Google Maps (serviço de mapas na internet) apontados para a localização do museu na Cidade Universitária e no Ibirapuera. Temos ainda “Inscrições Abertas” clicável e que nos leva para informações de cursos e outras atividades. Ainda na região direita, temos “+ exposições” que nos leva para outras exposições e instalações. E por último temos a capa da revista.
Segunda página	Numa visão de conjunto, a partir da primeira página conseguimos ir para praticamente todo o conteúdo do site.
Identidade visual	Não há identidade visual entre a página inicial e as internas. Essas sim mantêm um padrão de identidade visual entre elas nos itens de cores, formas, logo, nome da seção, menus e botões.
Língua	Inglês, Espanhol e Português, embora em algumas seções tenhamos apenas partes em outro idioma, como em “Exposições”.
Acessibilidade	Não encontramos recursos para acessibilidade de pessoas com necessidades especiais, embora boa parte do conteúdo, incluindo a página inicial, esteja em HTML, permitindo o acesso por mecanismos de leitura para pessoas com essa necessidade.

Som	Na seção do “Museu Universitário”, temos ciclos de som instrumental agitado, que desperta e às vezes assusta. Temos dificuldades de concentração. Apesar de permitir desligar, quando entramos numa nova página volta a ser executada. Na seção do “Museu Experimental” não encontramos sons. No “Museu Lúdico”, temos também ciclos de som instrumental agitado.
Ajuda	Não encontramos.
Interatividade	Há busca no acervo digitalizado com imagens e descrição da obra, breve análise e biografia do artista. Temos também a possibilidade de informar um e-mail de destinatário para envio de cartões pela internet. Há ainda jogos multimídia infantis. Podemos ainda escolher entre três grandes menus: “Museu Lúdico”, “Museu Experimental” e “Museu Universitário”.
Primeira obra	Inicialmente temos três obras em destaque (imagem 38). A primeira é o “Limite”, de Avatar da Silva Moraes, uma das obras do acervo do MAC USP e o motivo é porque serve de link para a seção exposição, onde podemos encontrar Entre Atos 1964/68 que está em cartaz. A segunda, Sem Título, é de Luiz Sacilotto, e o motivo é que a imagem clicável nos leva para a seção “Exposições” onde o visitante pode localizar Coleções Sob Guarda Provisória. Por último, temos a imagem de parte de um painel São Paulo Imaginada, de Hércio Magalhães, que ao ser clicada nos leva também para a seção de exposições onde podemos localizar Cidades Imaginadas, também em cartaz.
Apresentação das obras	A primeira forma de apresentação das obras ocorre através de pequenas fotografias por ocasião de notas informativas das exposições, como podemos ver na página inicial (imagem 38). A outra forma ocorre de maneira semelhante na seção “Exposições”, quando temos pequenas imagens ao lado de notas com informações sobre período, local e dias de funcionamento da mostra (imagem 39). Quando escolhemos uma exposição, clicando no ícone de página com sinal “+”, temos acesso a mais informações, às vezes encontramos textos da curadoria e também imagens das obras (imagem 40). As fotografias são apenas de partes da obra que, ao serem clicadas, temos a visualização integral (imagem 41). Outra forma de apresentação ocorre na seção “Acervo”, onde podemos contar com uma busca detalhada por ordem alfabética (apenas artistas), título da obra, descrição, tema, autor, coleção/doação, movimento, tendência, técnica, gabinete de papel, período (imagem 42). Na mesma seção, podemos navegar pelo “Catálogo Virtual”, escolhendo uma obra podemos ler um texto complementar e clicando no artista temos acesso a uma breve biografia. A seção conta ainda com o “Glossário” com definições de escolas e movimentos. Se a obra for clicada, temos mais uma forma de apresentação onde a imagem pode ser controlada pelo visitante no zoom (de 25% a 200%), na cor de fundo (branco, cinza e preto), no ajuste da altura ou largura (ao limite da janela do navegador) e na impressão (imagem 43).

Acervo	Cerca de 10.000 obras entre óleos, desenhos, gravuras, esculturas, objetos, trabalhos conceituais, instalações e outras modalidades contemporâneas de artistas como Picasso, Matisse, Miró, Kandinsky, Modigliani, Calder, Braque, Henry Moore, Tarsila do Amaral, Di Cavalcanti, Volpi, Brecheret, Flávio de Carvalho, Manabu Mabe, Antonio Dias e Regina Silveira, entre outros. Cerca de 240 obras foram digitalizadas.
História	Temos registros desde 1995 com nome da exposição, artistas envolvidos, período, breve nota, local e dias de funcionamento, além de textos dos curadores, artigos e imagens. Não encontramos registros de sites anteriores ao atual.
Comunicação com o público	O site divulga exposições, seu acervo, cursos, eventos, debates e artigos e também a revista digital Contemporânea.
Visitas	No site, não encontramos essa informação (Registro em 05/03/2010).
Visibilidade dos patrocinadores	Há logo do Grupo Santander Banespa, que financiou o site, em página específica sobre o "MAC Virtual". Não aparece na página inicial.
Biblioteca	Mantém espaço para a biblioteca "Lourival Gomes Machado" com informações sobre o acervo: 6400 livros sobre artes plásticas, 18 títulos de periódicos correntes, 27000 slides, 32000 catálogos de exposição, 1400 pastas de recortes de jornais sobre os artistas do acervo de obras de arte. Oferece acesso online, mas na data de nossa consulta o link não estava funcionando. Registro em 01/03/2010. Os materiais podem ser consultados fisicamente na sede do MAC USP.
Educação	Mantém o "Museu Lúdico" com ferramentas interativas e informações sobre cursos aos professores. O site pode ser usado como fonte de pesquisa para aprender sobre artes.
Usabilidade	Num primeiro momento, na página inicial, o conteúdo está na maioria concentrado no menu à esquerda com botões "Museu", "Acervo", "Exposições", "Cursos", "Eventos", "Projetos", "Biblioteca" e "Gabinete de Papel". Porém, quando clicamos em algum desses botões, abre-se outra janela do navegador e essa organização se perde, dando espaço para outra forma de organização concentrada em três níveis: "Museu Universitário", "Museu Experimental" e "Museu Lúdico". Com exceção desse último, cada nível mantém um menu específico à esquerda que se recolhem, o que deixa o visual mais limpo mas com pouca facilidade para a navegação.
Mapa	Não encontramos um botão com características de um mapa do site na página inicial. Internamente, temos um botão que não funcionou quando clicamos.
Tecnologia	Tem partes em Flash e em HTML.
Software livre	Não é possível saber pelo site.
Rede social	Não encontramos no site

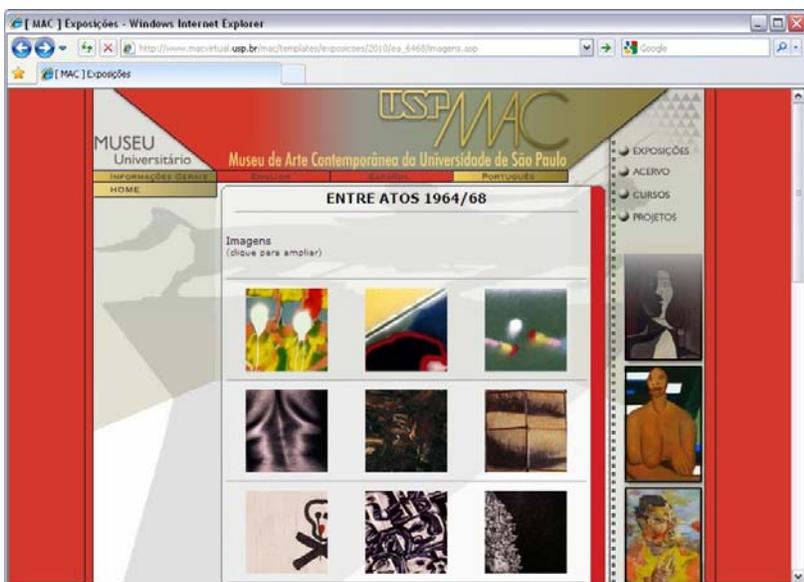
Cursos e eventos	Há botões específicos para cursos e eventos.
Produtos	Não há qualquer indicação de loja virtual ou loja física.



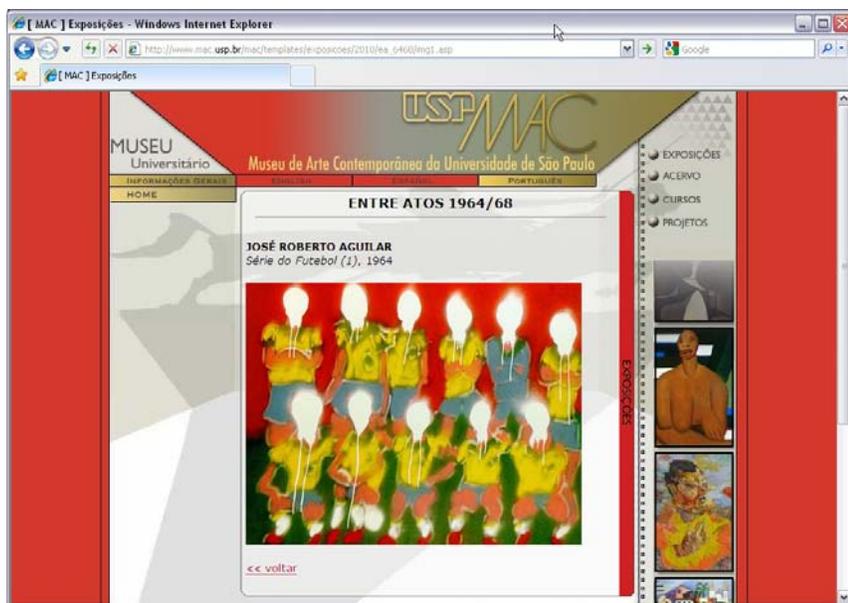
**Imagem 38:** Na primeira página do MAC USP, temos cinco imagens, sendo quatro clicáveis (três para informações da exposição e uma para Contemporânea, a revista digital do MAC USP) e a outra integra a base do menu à esquerda. A primeira é de uma obra não identificada da exposição Entre Ato 1964/68. A segunda, também não identificada, é da Coleções Sob Guarda Provisória, outra exposição. A terceira é da exposição Cidades Imaginadas. A quarta imagem, do menu à esquerda, é uma foto do edifício do MAC na USP. A quinta imagem, da revista, é uma pequena capa da publicação com a fotografia preto e branco A Testemunha, de Gilbert Garcin. Registro em 04/03/2010.



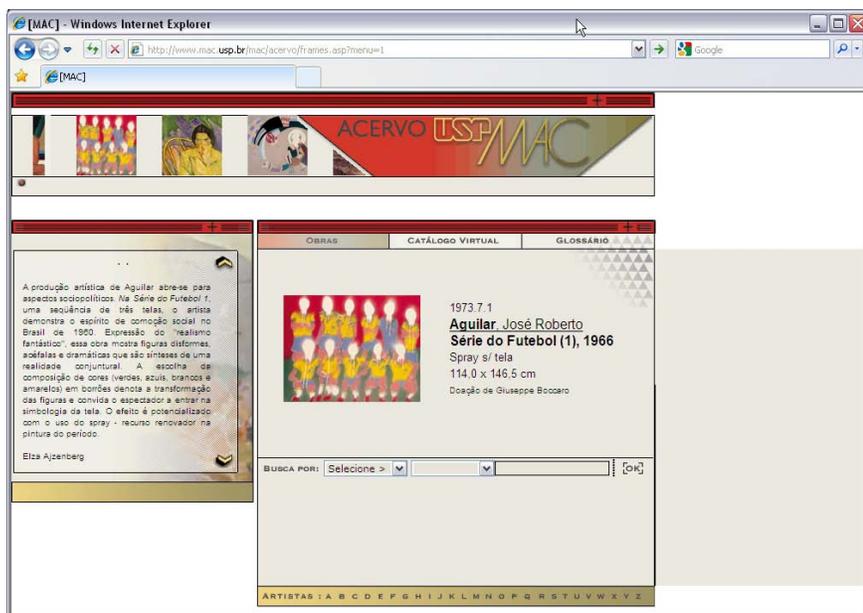
**Imagem 39:** Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Exposições. Apresenta pequena fotografia das obras ao lado de pequenas notas de destaque para permitir o acesso a informações específicas de cada exposição. Registro em 05/03/2010.



**Imagem 40:** Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Exposições, quando clicamos em "imagens" de uma mostra específica. Temos uma sequência de várias fotografias de partes da obra que podem ser clicadas para uma visualização mais integral. Registro em 05/03/2010.

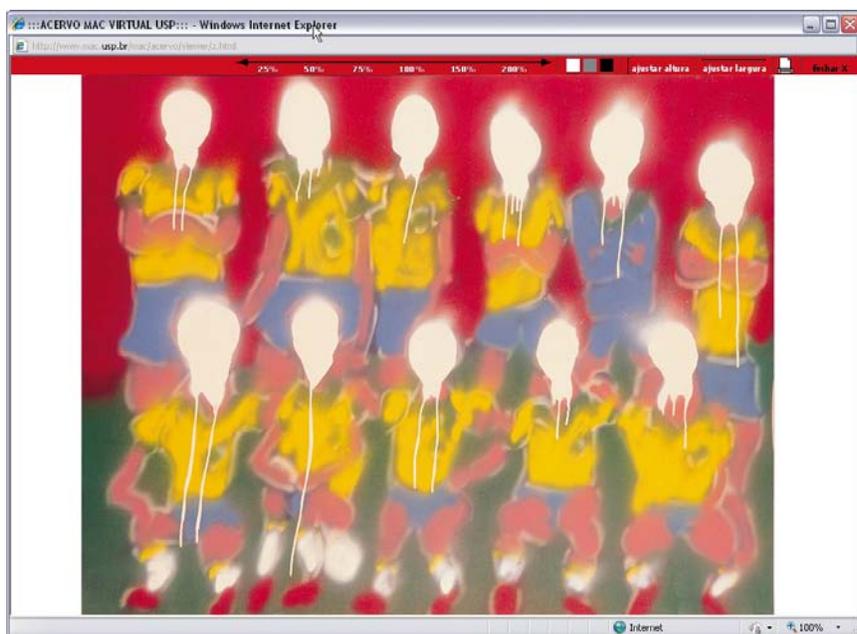


**Imagem 41:** Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Exposições, quando escolhemos uma imagem e clicamos, vemos a obra *Série do Futebol (1)*, de José Roberto Aguilar. Registro em 05/03/2010.



**Imagem 42:** Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Acervo, quando fazemos uma busca. Temos a obra *Série do Futebol (1)*, de José Roberto Aguilar, com dados técnicos

e texto explicativo assinado por Elza Ajzenberg. Clicando no artista, temos breve biografia; clicando na obra, temos ela ampliada. Registro em 05/03/2010.



**Imagem 43:** Obra em cena digital no site do MAC USP na seção Acervo, pode ser controlada pelo visitante no zoom (de 25% a 200%), na cor de fundo (branco, cinza e preto), no ajuste da altura ou largura (ao limite da janela do navegador) e na impressão. Registro em 05/03/2010.



# ANEXO

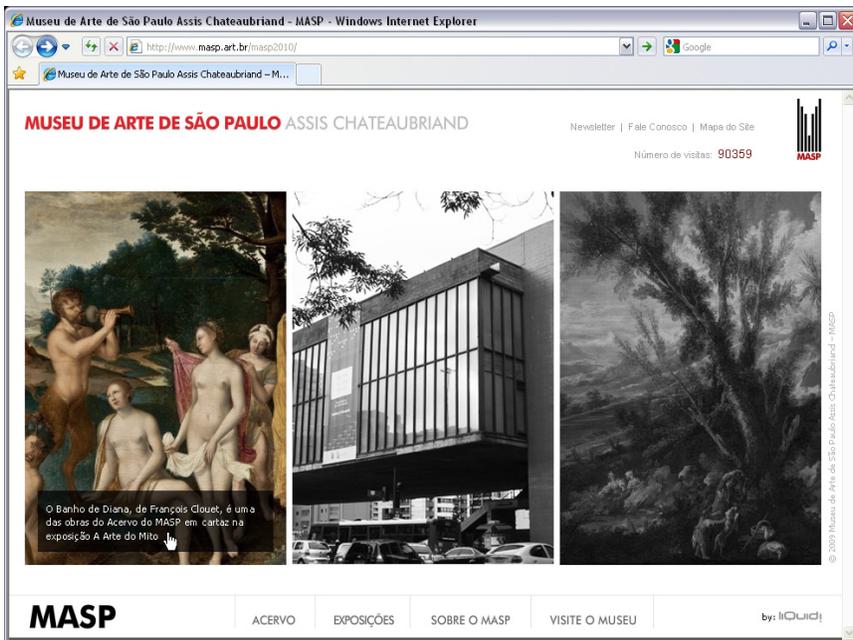
## Teste dos parâmetros – MASP

PARÂMETRO	OBSERVAÇÃO
Nome do museu	MASP - Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.
Acesso físico	Avenida Paulista, 1578, Bairro Cerqueira César, CEP 01310-200, São Paulo (SP) e outros dados como telefone e e-mail para se contatar o Museu.
Definição do projeto digital	Trata-se de um site do Museu.
Acesso digital	www.masp.art.br É o nome abreviado do Museu, facilitando a lembrança, e traz extensão “.art” associada às artes.
Primeira página	Além dos menus, o que se destaca são três grandes imagens clicáveis (imagem 44). Duas imagens à direita e à esquerda para informações e galeria de obras da exposição e uma, centralizada entre as outras, para histórico do Museu.
Primeiras informações	As informações iniciais abordam duas exposições através de duas obras e sobre a história do museu por meio de uma fotografia do edifício, além dos botões “Newsletter”, “Fale Conosco”, “Mapa do Site”, “Acervo”, “Exposições”, “Sobre o MASP” e “Visite o Museu” em forma de botões. Temos também o número de visitas, mas sem a data de quando a contagem se iniciou. Temos ainda o nome da empresa que desenvolveu o projeto indicado pela palavra “by”. Por meio de um menu que só aparece quando o mouse desce para o limite da região inferior da tela, temos ainda os botões “Home”, “Serviço Educativo”, “Biblioteca”, “Escola do MASP”, “Espetáculos e Eventos”, “Loja”, “Parcerias”, “Imprensa”, “Notícias” e ícone do Twitter.
Segunda página	Numa visão de conjunto, a partir da primeira página conseguimos ir para praticamente todo o conteúdo do site.
Identidade visual	Tem identidade visual em todas as páginas nos itens de cores, formas, logo, nome da seção, menus e botões.
Língua	Português.
Acessibilidade	Nas páginas, à direita superior, temos um mecanismo para aumento de fonte identificado por “-   A   +” e os textos estão na maioria em HTML, facilitando o acesso por mecanismos de leitura para pessoas com essa necessidade. O mecanismo para aumento da fonte, entretanto, não funciona quando a página está em Flash como na “Linha do Tempo” em “Sobre o MASP”.

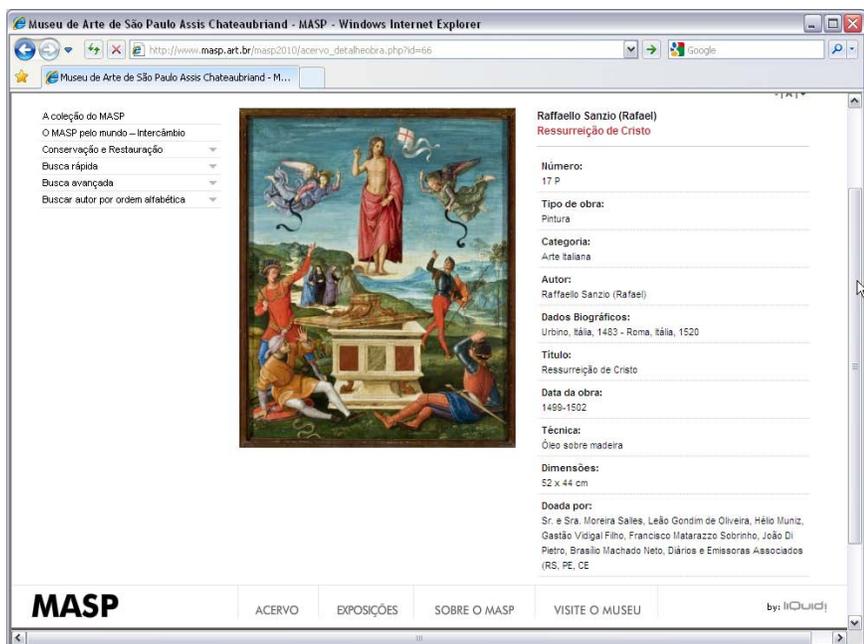
Som	Não encontramos.
Ajuda	Não encontramos.
Interatividade	Há cadastro (nome e e-mail) para receber a "Newsletter" do MASP. Há formulário (nome, e-mail e mensagem) "Fale conosco". Há busca rápida (autor e título), avançada (autor, título, categoria e tipo de obra) e de autor por ordem alfabética no "Acervo". Há busca (tipo de material, pesquisa livre, autor, título, assunto) no "Catálogo online" da "Biblioteca". Há busca (tipo de material, assunto) no "Vocabulário Controlado de Artes e Catálogo de Autoridades" da "Biblioteca". Há cadastro (nome, e-mail, empresa, cargo, senha, repita senha) para "Imprensa". Há link para Twitter onde podemos postar mensagens de até 140 caracteres, além de poder seguir ou ser seguido pelo @maspmuseu. Quando encontramos uma obra por meio das buscas ou através da galeria de alguma exposição, podemos "imprimir" ou "enviar" para o e-mail de um amigo. Nos textos da exposição, por exemplo, ao final de tudo, temos vários ícones diretos para várias redes sociais (Facebook, MySpace, Google, Twitter etc.), permitindo a divulgação rápida da informação.
Primeira obra	Na verdade, inicialmente temos três obras em destaque. A primeira que aparece é o "Banho de Diana", de François Clouet, uma das obras do acervo do MASP e o motivo é porque está em cartaz na exposição A Arte do Mito. A segunda é uma foto do edifício do MASP e o motivo é que a imagem clicável nos leva ao histórico do museu. A terceira imagem é da "Paisagem com Pastores", de Alessandro Magnasco, outra obra do acervo do MASP que nos leva para informações da exposição Romantismo, A Arte do Entusiasmo.
Apresentação das obras	Há basicamente dois cenários de apresentação das obras. O primeiro é quando fazemos uma busca (rápida, avançada ou por autor por ordem alfabética) pelo "Acervo", quando a obra aparece pequena e pode ser clicada para sabermos mais sobre ela. Temos a imagem um pouco maior com nome do autor, título da obra, número, tipo de obra, categoria, dados biográficos, data da obra, técnica, dimensões, informações sobre a doação (imagem 45). Quando clicamos sobre a obra, ocorre o escurecimento da tela e surge uma imagem ainda maior como destaque junto com o botão "fechar" na parte inferior (imagem 46). O segundo cenário é quando entramos em "Exposições", com título, período, breve texto sobre o tema, as obras, os artistas, o serviço educativo e "veja a galeria", um botão clicável para algumas obras. Diferente do "Acervo", aqui temos apenas nome da obra, autor, data, técnica e dimensões (imagem 47). Quando clicamos sobre a obra, também ocorre o escurecimento da tela e surge uma imagem ainda maior como destaque junto com o botão "fechar" na parte inferior.

Acervo	Cerca de 8.000 obras, a maioria da arte ocidental desde o século IV a.C. aos dias de hoje de artistas como Rafael, Bellini, Andrea Mantegna e Ticiano, na Escola Italiana, Renoir, Monet, Manet, Cézanne, Toulouse-Lautrec, Van Gogh, Gauguin, Modigliani, El Greco, Goya, Velázquez, Gainsborough, Reynolds, Constable, Turner, Rembrandt, Frans Hals, Cranach e Memling, Jan Van Dornicke, Calder, Torres Garcia, Diego Rivera, Siqueiros, Almeida Junior, Cândido Portinari, Anita Malfatti, Victor Brecheret e Flávio de Carvalho, Edgar Degas, entre outros. Além de pinturas e esculturas, temos o acervo com núcleos de Arqueologia, Esculturas, Desenhos, Gravuras, Fotografias, Maiólicas (cerâmicas italianas dos séculos XIV ao XI), além de Tapeçarias, Vestuário e Design. Cerca de 800 obras foram digitalizadas.
História	Temos registros desde 2007 com nome da exposição, artistas envolvidos, período, breve nota, alguns com textos dos curadores, além de serviço para visitação, preços dos ingressos etc. Não encontramos registros de sites anteriores ao atual.
Comunicação com o público	O site divulga exposições, seu acervo, o serviço educativo, cursos, eventos, espetáculos, cinema, teatro, dança, debates, imprensa e notícias. Também temos a Newsletter para quem se cadastra no site.
Visitas	No site consta 91.291 visitas (Registro em 05/03/2010).
Visibilidade dos patrocinadores	No botão "Parcerias" encontramos mais de vinte empresas, organizações e poder público que colaboram na manutenção do edifício, no patrocínio de exposições e em projetos culturais, além de apoiadores na área de comunicação. Houve o cuidado de publicar logomarca com link e ao lado o nome da organização.
Biblioteca	Temos um botão específico chamado "Biblioteca" que oferece informações gerais sobre sua finalidade e seu público de artistas, pesquisadores e universitários da graduação e pós-graduação. Temos ainda informações sobre sua história, suas exposições e seus projetos internos. Há também o "Catálogo online" com 19.805 registros de livros, catálogos de exposição, teses, análises de periódicos e obras raras já catalogados. Outro serviço prestado na internet é o de "Vocabulário Controlado de Artes e Catálogos de autoridades" que permite pesquisa às bases Thesarte (Vocabulário Controlado de Artes Visuais), Artist (Artistas Nacionais e Estrangeiros) e Entide (nomes padronizados de museus, galerias e instituições artísticas e culturais, nacionais e estrangeiros, relevantes na indexação de documentos da Biblioteca do MASP). Há ainda informações gerais e específicas o acervo da biblioteca como livros, catálogos, revistas, boletins, obras raras e documentos.
Educação	Há espaço específico para o setor educativo do Museu com ampla informação para programação, agendamento, assessoria ao professor, cursos, ateliê e publicações. O site pode ser usado como fonte de pesquisa para aprender sobre artes.

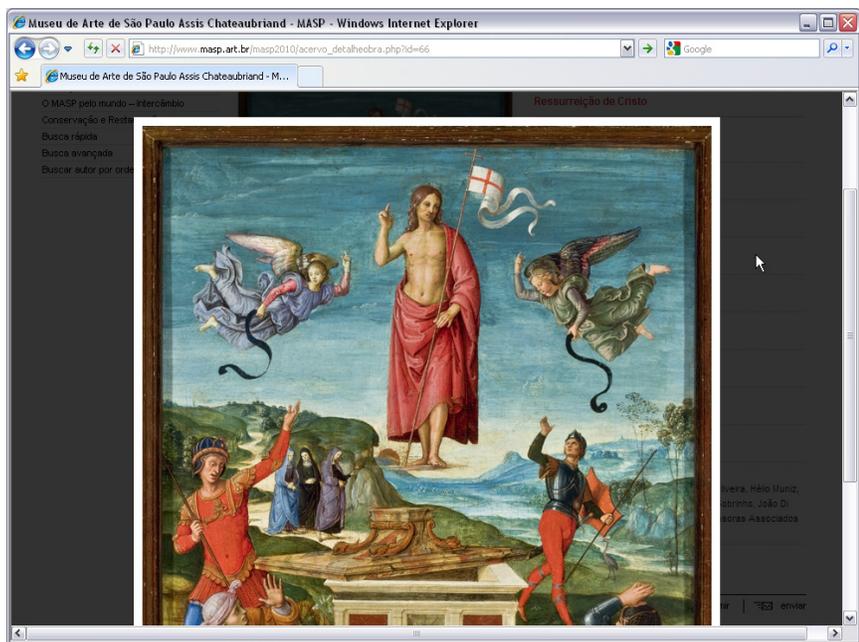
Usabilidade	<p>Numa visão breve, poderíamos dizer que o site exige a participação do visitante pois o menu inferior só aparece quando o cursor do mouse se aproxima da área inferior. Porém, além dessa característica, as três imagens centrais deixam de ser preto e branco para ficarem coloridas quando o mouse circula sobre a área de cada uma, mostrando legendas das imagens e remetendo ao conteúdo de exposições (duas imagens de obras) e história do museu (uma imagem do edifício) quando clicadas. Dessa forma, podemos dizer que a lógica do site foi organizada em torno das exposições e do próprio edifício do MASP que tem uma imagem marcante e representa importante patrimônio figurativo para São Paulo que, ao invés de exigir, convida gentilmente o visitante a explorar todo o conteúdo de forma ativa. Os menus principais estão presentes em todas as páginas, facilitando a circulação imediata.</p>
Mapa	Existe um mapa e uma divisão de todos os conteúdos a partir da primeira página.
Tecnologia	Tem partes em Flash e em HTML.
Software livre	Não é possível saber pelo site.
Rede social	Além de apresentar vários ícones de redes sociais para a difusão direta de alguns textos, mantém no menu inferior o ícone do Twitter que leva à página <a href="http://www.twitter.com/maspmuseu">www.twitter.com/maspmuseu</a>
Cursos e eventos	Há um botão “Espetáculos e Eventos” específico para essa finalidade, além de outro na área do Serviço Educativo para cursos, agendamento de visitas e programas especiais.
Produtos	Há informações sobre a loja física que oferece cerca de 500 produtos. Não há loja virtual.



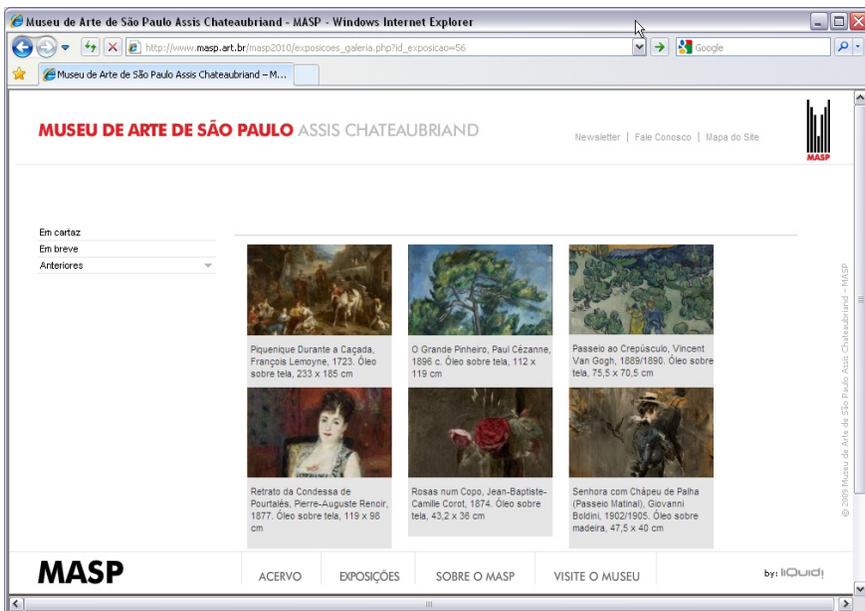
**Imagem 44:** Na primeira página do MASP, temos três grandes imagens clicáveis (duas, à direita e à esquerda, para informações e galeria de obras da exposição e uma, centralizada entre as outras, para histórico do museu). A primeira é o Banho de Diana, de François Clouet, uma das obras do acervo do MASP em cartaz na exposição A Arte do Mito. A segunda é uma foto do edifício do MASP. A terceira imagem é da Paisagem com Pastores, de Alessandro Magnasco, outra obra do acervo do MASP na exposição Romantismo, A Arte do Entusiasmo. Registro em 04/03/2010.



**Imagem 45:** Obra em cena digital no site do MASP na seção Acervo, quando fazemos uma busca de obra. Registro em 04/03/2010.



**Imagem 46:** Obra em cena digital no site do MASP na seção Acervo, quando clicamos numa imagem de obra. Registro em 04/03/2010.



**Imagem 47:** Obra em cena digital no site do MASP na seção Exposições, quando entramos em “Veja a galeria”. Registro em 04/03/2010.

