

Os novos museus interativos soteropolitanos

Carlos Henrique Costa^I

Resumo: Os museus interativos estão na moda. Com efeito, há um público ávido por consumir a experiência frutiva tecnológica desses espaços. Partindo desse contexto, o artigo analisa a crescente onda de novos museus interativos em Salvador e como os avançados recursos tecnológicos são utilizados para a recepção das obras de arte pelo público.

Palavras-chave: *Museu interativo; Mediação cultural; Públicos; Arte contemporânea.*

The new interactive museums in Salvador

Abstract: Interactive museums are in fashion. Indeed, there is a public eager to consume the technological fruitive experience offered by these spaces. Based on this context, the article analyzes the growing wave of new interactive museums in Salvador and how advanced technological resources are used for the reception of artworks by the public.

Keywords: *Interactive museum; Cultural mediation; Spectators; Contemporary art.*

I Mestrando em poéticas visuais no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais da Universidade de São Paulo (USP), pesquisador de arte interativa digital. Graduado no Bacharelado Interdisciplinar em Artes na Universidade Federal da Bahia (UFBA). Artista visual com duas exposições individuais e participação em diversas exposições coletivas. Universidade de São Paulo. E-mail: carloshnc@usp.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4342-9363>. Lattes iD: <http://lattes.cnpq.br/9068279538526185>. São Paulo, Brasil.

O museu está na moda. Somente em maio de 2016 foram abertos dois na capital baiana: Espaço Pierre Verger da Fotografia Baiana e Espaço Carybé das Artes, ocupando os fortes Santa Maria e São Diogo respectivamente, no turístico bairro da Barra, situado na orla marítima. Delimitado pelos fortes está o Porto da Barra, um pequeno, mas disputado, trecho de praia. Ambos os fortes têm vista para a Baía de Todos os Santos e podem ser visitados a partir de um corredor cultural que parte ou deságua do/no Farol da Barra, cartão postal da cidade, tendo como outro extremo o Centro Histórico. Os espaços se destacam pela interatividade, possível graças ao uso de alta tecnologia para visitação do acervo, quase todo digital. A interatividade é utilizada como atrativo aos usuários-visitantes. Interessa aqui, portanto, analisar a onda de novos museus interativos na cidade de Salvador e como os avançados recursos tecnológicos são utilizados para a recepção das obras de arte pelo público.¹

O Espaço Pierre Verger da Fotografia Baiana reúne objetos do fotógrafo francês e mais de quatro mil obras de fotógrafos com ligação com a Bahia. O Espaço Carybé das Artes é dedicado ao artista argentino Hector Bernabó, naturalizado brasileiro e residente em Salvador por longos anos. O amplo acervo dos espaços é exibido a partir de projeções, telas interativas e óculos de realidade virtual. As famosas obras de Carybé foram digitalizadas para fazer parte do acervo. Os visitantes, fisicamente presentes, manipulam os dispositivos para acessar virtualmente as obras, pesquisando, selecionando, ampliando imagens e textos. As imagens digitais de alta qualidade projetadas, com recurso de animação, produzem sensação tátil possível graças ao realce das cores, texturas e dimensões das projeções. É possível também visitar uma reconstituição do ateliê e da casa de Carybé, ou uma exposição fotográfica a céu aberto, no bairro do Comércio, com uso de realidade virtual. Tudo é interativo, imersivo. À noite, as obras dos artistas são projetadas na fachada dos fortes, levando ao ambiente externo seu conteúdo. Com isso, os muros que separam museu e cidade são demolidos. Ao mesmo tempo, substitui-se a iluminação cênica que destacava os aspectos arquitetônicos pelo espetáculo das obras vivas que percorrem as paredes históricas.

1 A estratégica localização e a ocupação de prédios tombados para abrigar os espaços poderiam também ser alvo de análise, porém o artigo concentra-se na recepção da arte através dos recursos tecnológicos empregados.

Nesses museus, o convite a ter uma experiência de consumo com a arte é explícito. O público presente manipula obras com o traquejo de quem o faz corriqueiramente com imagens nas redes digitais. Os dois espaços culturais dos fortes Santa Maria e São Diogo foram concebidos para um entretenimento dirigido, como examina Otília Arantes:

[...] os próprios museus vão ser reformulados na medida desse novo contingente de visitantes-consumidores, tanto quanto de uma arte que se quer ela própria cada vez mais na escala das massas, na exata medida do consumo de uma sociedade afluyente. Mas aí, a impressão animadora diante de uma pequena multidão de usuários que ocorre aos novos museus e parece se divertir com a desenvoltura de futuros especialistas dura pouco – a abolição da distância estética resolve-se num fetiche invertido: a cultura do recolhimento como um descartável. Ou seja, na outra ponta do processo descrito por Benjamin, assistimos a um resultado inverso ao que ele imaginava: a massificação da experiência de recepção coletiva da obra de arte, onde a relação distraída não é mais do que apreensão superficial e maximamente interessada da obra enquanto bem de consumo (ARANTES, 1993, p. 240).

Observando o crescente surgimento de novas instituições de arte mundo afora, Foster (2015) aponta para o propósito dos novos museus, em geral, de servir para o entretenimento das massas. Segundo o autor, trata-se da consolidação da economia da experiência, na qual os museus estão intimamente inseridos. Analisando a inauguração do Beaubourg, em Paris, Baudrillard (1991) definiu o museu como um equipamento pertencente a uma cultura da simulação e da fascinação, não mais da produção de sentido. Assim, o público ocorre aos museus por desejarem uma experiência tátil que considera a obra de arte como mercadoria. E, conclui, afirmando que os museus atuam como *medium*, como “monumentos de dissuasão cultural” (p. 87), no sentido claro de “induzir massas, produzir um fluxo humano e mental homogêneo” (p. 88), na qualidade de “hipermercados culturais” (p. 89).

Nesse sentido, é importante frisar a escolha de Carybé e Pierre Verger para a formação dos novos museus. Junto a outros artistas baianos, como Jorge Amado e Dorival Caymmi, ajudaram a conformar o discurso da “baianidade” que seria mais tarde apropriado pelo Estado (CARVALHO, 2011). A criação de uma identidade dava início à abordagem culturalista da cidade, fenômeno estudado por Arantes (2013), no qual a cultura torna-se imagem (representação e interpretação) que molda indivíduos e coletividades. A cultura é transformada em potente meio de controle urbano, operando uma “colonização urbano-cultural pelo reino da mercadoria” (p. 49). Assim, os dois novos museus no bairro da Barra reforçam uma ideia de pertencimento que produz um ambiente favorável à implantação de políticas voltadas a interesses econômicos privados.

Com efeito, há um público ávido para consumir a experiência frutiva tecnológica dos novos museus, a ponto de não se importar se as obras de arte são postas em segundo plano. O mais importante é sentir-se parte do espetáculo. As palavras dos visitantes impressas em trechos da matéria publicada no jornal baiano *Correio* para noticiar a abertura dos espaços Pierre Verger e Carybé evidenciam: “Eu adoro essas coisas, quando vi que ia ter a inauguração e vi que tinha tanta interatividade, logo pensei em trazer minhas netas para conhecer.”. Mais adiante, no mesmo artigo, um outro visitante declara, deslumbrado: “Eu estou achando muito interessante e acho que os museus devem ser assim, interativos, que tenham esse formato mais sinestésico, porque atrai mais visitantes e difunde a cultura.” (PALMA, 2016). A arte transformou-se em evento. A fruição nos novos museus opera através do fascínio (FABBRINI, 2008).

Walter Benjamin não se opunha à arte de massa, admitindo que esta encontrava-se entranhada na cultura pós-industrial, uma arte pensada para ser reproduzida e disseminada indefinidamente. Nesse contexto, ele entendia a fruição nos novos museus como uma performance distraída do público. O filósofo e sociólogo alemão só não esperava que a própria experiência receptiva da obra fosse também massificada (ARANTES, 1993). A extinção do recolhimento, da fruição atenta do dileitante, foi solidificada com o uso massivo da tecnologia para exposição, aproximando ainda mais os usuários-visitantes, fazendo-os imergir nas obras. Isso torna-se evidente quando os recursos tecnológicos não são parte do processo criativo das obras de arte. Para Baudrillard (1999), a interatividade proporcionada pelos dispositivos eletrônicos aboliu a distância, não havendo “nada mais de separação, de vazio, de ausência: entramos na tela, na imagem virtual sem obstáculo. Entramos na vida como numa tela. Vestimos a própria vida como um conjunto digital.” (p. 146). Agora, tudo é íntimo e, ao mesmo tempo, efêmero.

Israel (2011) afirma que os museus estão em transformação para atender as demandas atuais da sociedade. Nessa circunstância, os museus interativos apresentam-se como tendência no século XXI. O modelo museológico tradicional, com objetos de arte afastados do público pelo aspecto aurático, cujo fluxo de informação dá-se em via única, partindo do artista, do curador, da instituição para o público está defasado. Analisando três museus interativos paulistanos, ela contextualiza:

Rapidez e superficialidade crescentes são características marcantes da contemporaneidade. A mensagem e a transmissão são relevantes, mas o foco hoje está na recepção, nas escolhas feitas pelos indivíduos, no seu processo de uso e de decisão de

‘como’ e de ‘o quê’, de priorização num mundo de excesso de imagens e que transborda conteúdo. É neste panorama que emerge um desejo por experiências únicas, diferenciadas e emocionais (ISRAEL, 2011, p. 9).

Hoje, o visitante anseia por participação, por ser agente produtor de signos, como o faz nas redes digitais. No entanto, Israel (2011) salienta que essa participação não pode ser restrita a escolhas por opções previamente definidas, em que o fluxo clássico de comunicação não é alterado.

Se as sensações produzidas pela tecnologia formam a experiência final dos visitantes de um museu, as obras ali contidas perdem o protagonismo, transformam-se em informação vazia. A arte cede, portanto, espaço para o espetáculo. O meio, a tecnologia, suprime a mensagem. Proliferam-se as conexões e liquefaz-se o conteúdo (BAUDRILLARD, 1999). O *zapping* mencionado por Baudrillard para descrever a ação de passar canais televisivos em busca frustrante por algo surpreendente pode, então, ser transposto para o deslizar dos dedos que incansavelmente passam para a próxima imagem nas telas sensíveis agora disponíveis nos museus.

Se nosso olhar, incessantemente estimulado por uma pluralidade de signos como os que circulam na rede digital, não se atém a nenhum deles é porque não vivemos em uma civilização da imagem, como diz Gilles-Deleuze, mas em uma civilização do clichê (FABBRINI, 2016, p. 245).

A partir da análise de textos de autores contemporâneos, Fabbrini (2016) expõe a imagem hegemônica como espetacularizada, dotada de recursos sensoriais capazes de conquistar atenção dos usuários de forma instantânea, mas com dificuldade para detê-los. Estes já estão ávidos pela próxima, de igual característica comunicativa. Uma imagem que apenas conduz à seguinte. Por isso, os museus repetem a fórmula cotidiana e se inserem no mundo digital hiperconectado, no qual a produção para consumo imediato é a regra.

Nesse sentido, os espaços Pierre Verger e Carybé oferecem uma visita voltada ao entretenimento. O primeiro, dedicado à fotografia baiana, possui obras e objetos físicos expostos, compostos com o claro propósito de serem elementos cenográficos (Fig. 1). Na pequena entrada e na escada que dá acesso à sala principal, observam-se fotografias de Verger e de outros prestigiados fotógrafos baianos, misturados a objetos do artista francês, em especial seus equipamentos fotográficos. Gravados na pilastra que sustenta a escada helicoidal estão, em destaque, nomes de uma seleção de cerca de oitenta fotógrafos, cujos trabalhos fazem parte do acervo. Na



Figura 1
sala principal do Espaço
Pierre Verger da Foto-
grafia Baiana. Fonte:
Compilação do autor,
2021

sala principal, outras imagens, impressas e digitais, ocupam por completo uma parede. Monitores emoldurados também exibem obras aleatoriamente, em fluxo contínuo. No lado oposto, uma parede contendo televisores com a mesma programação. Contudo, por serem aparelhos maiores, de qualidade superior, esses equipamentos ficam mais evidentes. Caso esteja disposto, o visitante pode passar muito tempo em frente a eles e sair com a mesma sensação de cansaço de quem percorre um extenso museu. O espaço também dispõe de telas sensíveis ao toque que possibilitam ao visitante escolher artistas e obras para visualizá-los a partir de um *menu*. Há salas para assistir a projeções de audiovisual e para visitar uma exposição fotográfica com auxílio de óculos de realidade aumentada.

Os espaços interativos e seus volumosos bancos de dados deixariam Paul Valéry, no mínimo, confuso. O filósofo francês, em uma visita ao Louvre, caracterizou-o como caótico, com obras amontoadas que disputam a atenção do observador, o qual se vê atônito (VALÉRY, 1993). Com maior parte do acervo disponível, mas não exposto, em formato digital, ter uma experiência receptiva atenta torna-se tarefa árdua. A maior parte das telas exibem um conjunto selecionado das obras do acervo, sem a possibilidade de o usuário definir seu percurso de visita ou o tempo a dedicar à fruição de cada uma. Eles não disputam apenas o pequeno espaço do museu, mas o uso dos poucos periféricos interativos que permitem manipular o acervo. O que diria Valéry hoje ao visitar um espaço com experiência frutiva inteiramente digital? Um museu com um amontoado de obras digitais que não mais rivalizam, pois não estão expostas; que não mais concorrem pela atenção do visitante, cuja escolha de visualização é própria; que não pode

observar duas ou mais obras para analisá-las conjuntamente, já que a tela só permite a visualização única. Um espaço vazio, pois virtual de sentidos, que permite a apreensão das obras somente pela “tela total”.

Poderia, então, o usuário-visitante ser um *flâneur* digital – trazendo o pensamento de Proust sobre a fruição para o contexto dos museus interativos? Lemos (2001) denominou *ciber-flâneur* o indivíduo que tem como atividade o passeio ou a navegação pelas malhas virtuais do ciberespaço. Desta forma, a *flânerie* do poeta baudelaireano e a *ciber-flânerie* do internauta aproximam-se: em cada espaço que vagam eles imprimem seu traço no cotidiano.

Não podemos prever que caminho o internauta vai tomar com os *links* propostos. Nesse sentido, flunar numa cidade ou navegar por hipertextos evoca um mesmo processo: leitura (relação corpo – texto) e mapeamentos (relação corpo – espaço), fundindo as figuras do leitor (que segue o mapa) e do escritor (que faz o mapa), do conformista que segue e do aventureiro que faz (LEMOS, 2001, p. 46).

Dito isto, é contundente questionar como seria a fruição de um *ciber-flâneur*, acostumado ao espaço virtual acessível por múltiplos pontos, num museu interativo físico? É possível encontrar encantamento em meio a recursos tecnológicos que esgarçam o distanciamento entre público e obra? Há busca por encantamento por parte desse novo público?

Adorno (1998) contestou a teoria proustiana do visitante descompromissado – aqui ampliada para o *ciber-flâneur* – e propôs uma visita seletiva. Ciente da impossibilidade de visitar todo o acervo do museu (físico), o público poderia escolher duas ou três obras de arte e se deter diante delas “com enorme concentração, como se fossem realmente ídolos” (p. 185). Trazendo para o contexto da experiência fruitiva tecnológica dos espaços analisados, essa seleção de obras torna-se impraticável. Apenas diante de um dispositivo disponível no museu seria possível determinar o que visitar, ou mesmo flunar pelo acervo. Nesse caso, o tempo de pesquisa e seleção das obras certamente ultrapassaria o tempo de recepção. O fato é que os recursos tecnológicos disponíveis nesses museus não têm a finalidade de facilitar o acesso ou a visualização das obras do acervo, mas de produzir fascínio no público, criar uma experiência receptiva espetacular. O recolhimento individual concentrado adornoiano transformou-se em apreensão superficial, como apontou Arantes (1993).

O Espaço Carybé das Artes segue o mesmo modelo do Espaço Pierre Verger da Fotografia Baiana. Ele possui ao menos sete monitores sensíveis ao



Figura 2
Tela interativa do
Espaço Carybé das
Artes. Fonte: Compila-
ção do autor, 2021

toque, alguns deles a uma altura adequada ao manuseio de crianças. A tela principal apresenta um *menu*. Escolhendo a opção “Pinacoteca Carybé”, por exemplo, um mosaico de obras é mostrado, podendo escolhê-las para uma visualização individual, quando também é possível ampliá-las até evidenciar as tramas da tela de pintura. É possível desnudar todos os detalhes da obra. Até chegar à sala dos monitores, passa-se por um corredor de projeções, nas quais personagens das obras de Carybé são destacadas. As figuras presentes movimentam-se, fundem-se, encantam. Repentinamente, um pássaro bate as asas e invade as imagens adjacentes. O galhofear da ave é audível por todo o espaço. No corredor, é também possível interagir diretamente com uma das figuras humanas da obra do artista, cuja imagem é projetada na parede. Através da captura do movimento,

elas repetem os gestos corporais do visitante, como num espelho. Com recurso semelhante, uma outra tela, emoldurada e presa a um cavalete, posicionada atrás de uma bancada que reproduz cenicamente a mesa de trabalho do artista, permite revelar uma obra ao movimentar da mão do visitante (Fig. 2). Com óculos de realidade virtual, pode-se estar no ateliê do artista argentino.

A visita ao acervo é feita exclusivamente por meio tecnológico. O espaço dedicado à Carybé destaca-se, nesse sentido, por não ter uma única obra original do artista, autor de gravuras, desenhos, ilustrações, cerâmicas, esculturas e murais. Apresentam-se, deste modo, rastros digitais manipulados – recortes, ampliações, sobreposições. As obras de arte, em sua essência, estão ausentes, foram transformadas em informação.

Graças aos recursos multimídia e interativos, o público não se relaciona com as obras, e sim com seus simulacros, os quais se mostram mais “reais” do que as próprias obras. Estas, destituídas de seu referencial, esvaziadas de sentido, tornam-se experiência sensorial. Existem mais obras de Carybé pela cidade de Salvador do que no museu dedicado à sua produção artística. Segundo os dois relatórios do projeto de pesquisa *Mapeamento de Murais e Painéis Artísticos de Salvador*, de autoria de Neila Maciel, desenvolvido em parceria com a Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), entre os anos 2009 e 2010, há trinta e oito obras de Carybé pela cidade (MACIEL, 2010).

Os espaços situados nos fortes, na Barra, exaltam a sobreposição do valor de culto pelo valor de exibição. Eles estão pautados no consumo da experiência receptiva, tendo a arte como entretenimento cultural. Como apontou Israel (2011), o usuário-visitante atua de forma passiva nos museus interativos se sua participação está apenas nas escolhas efetuadas diante dos dispositivos expositivos. Sem a possibilidade de deixar seu traço no percurso virtual de imagens, ele vê-se limitado ao papel de “ciber-flâneur conformista”, compelido a seguir o roteiro definido (LE MOS, 2001). Além disso, o impacto visual gerado pelos avançados recursos tecnológicos não pode ser mais valorizado do que o conteúdo.

O sucesso de público dos dois espaços incentivou a implantação de dois outros pela administração municipal: a Casa do Carnaval, aberto em fevereiro de 2018, e o Museu da Música Brasileira, prestes a inaugurar. Ambos os equipamentos ocupam prédios tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), no centro histórico, reformados

para abrigar os museus. Maiores do que os espaços Pierre Verger da Fotografia Baiana e Carybé das Artes, esses dois outros seguem a lógica dos museus anteriores: possuem cenografia deslumbrante e fazem uso da tecnologia para uma experiência receptiva interativa enquanto mercadoria de consumo.

Referências

ADORNO, Theodor. Museu Valéry Proust. In: _____. *Prismas: crítica cultural e sociedade*. Tradução de Augustin Wernet e Jorge de Almeida. São Paulo: Ática, 1998.

ARANTES, Otília. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. 8ª ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

_____. Os novos museus. In: _____. *O lugar da arquitetura depois dos modernos*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, p. 231-246, 1993.

BAUDRILLARD, Jean. *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Tradução de Juremir Machado da Silva. 2ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 1999.

_____. O efeito Beaubourg. In: _____. *Simulacros e simulação*. Tradução de M. J. da C. Pereira. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

CARVALHO, Anselmo. O discurso da baianidade na consolidação do Carlismo (1967-1983). In: XXVI *Simpósio Nacional da ANPUH – Associação Nacional de História*, 2011, São Paulo. Anais do XXVI Simpósio Nacional da ANPUH, 2011, v. 1. Disponível em: <<https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/handle/123456789/781>>. Acesso em: 02 jul. 2021.

FABBRINI, Ricardo. Imagem e enigma. In: *Viso: Cadernos de estética aplicada*, v. X, n. 19 (jul.-dez./2016), p. 241-262.

_____. A fruição nos novos museus. In: *Especiaria: Cadernos de Ciências Humanas*, v. 11, n. 19 (jan.-jun./2008), p. 245-268.

FOSTER, Hal. Museus sem fim. In: *Revista Piauí*, ed. 115 (jun/2015). Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/museus-sem-fim/>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

ISRAEL, Karina. *Informação e tecnologia nos museus interativos do contemporâneo*. CELACC – Centro de Estudos Latino-americanos sobre Cultura e Comunicação, 2011. Disponível em <<http://celacc.eca.usp.br/?q=pt-br/celacc-tcc/253/detalhe>>. Acesso em: 9 jul. 2021.

LEMONS, André. Ciber-flânerie. In: FRAGOSO, Suely; DA SILVA, Dinorá F. (org.) *Comunicação na Cibercultura*. São Leopoldo: Editora Unisinos, p. 45-60, 2001.

MACIEL, Neila. Projeto de mapeamento de painéis e murais artístico de Salvador. Fundação Cultural do Estado da Bahia, Salvador, 30 jun. 2010. Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=5003>>. Acesso em: 4 jul. 2021.

PALMA, Amanda. *Museus sensoriais: novos Espaços Carybé das Artes e Pierre Verger da Fotografia fazem sucesso*. Jornal Correio, Salvador, 16 mai. 2016. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/museus-sensoriais-novos-espacos-carybe-das-artes-e-pierre-verger-da-fotografia-fazem-sucesso/>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

VALÉRY, Paul. O problema dos museus. *Revista MAC*, São Paulo, n. 2, p. 53-55, nov. 1993.

Recebido em 05 de outubro de 2021 e aceito em 06 de julho de 2022.

Este é um artigo publicado em acesso aberto sob uma licença Creative Commons

