

Karina Muniz Viana

**Museu e indivíduo globalizado:
Ressignificações, subjetividades e compartilhamentos virtuais na rede social
Instagram**

Museum and the globalized individual:
Ressignification, subjectivities and virtual shares on Instagram social network

Karina Muniz Viana¹

Resumo

O artigo apresenta alguns conceitos pautados nos resultados alcançados durante o processo de investigação da pesquisa-dissertação da autora, realizada de 2014 a 2016. O estudo se dedicou a análise do processo de empoderamento do indivíduo globalizado, sendo este definido pela autora: como aquele que transita autonomamente pelas mídias digitais por intermédio de aparelhos móveis; a pesquisa investigou o ambiente tecnológico virtual, tecido pelos novos protocolos comunicacionais e suas relações com este indivíduo e o museu. Apresentaremos aqui, apenas um recorte pontual, de como o indivíduo utiliza o aplicativo *Instagram* nas redes sociais e suas diferentes ressignificações e produções de novas subjetividades no substrato digital. E a apropriação do museu como um verdadeiro laboratório imagético, resultando na difusão virtual desse uso em consonância com as variadas formas com que opera esses dispositivos móveis. Nesse arcabouço comunicacional é revelado, no ambiente digital, novas subjetividades que são permeadas pelo que se institui, patrimônio digital empírico. Nesse novo corpo comunicacional imerso nas tecnologias digitais, o museu se revela enquanto fenômeno e potência: ele está suscetível às experiências dos mais diferentes saberes e poderes. Se reconfigura como um espaço exploratório para as tecnociências contemporâneas, estabelecendo um elo entre o humano e o mundo – seja ele digital, virtual ou real.

Palavras-chave: Museu; Museologia; Mídias digitais; Instagram.

Abstract

The article presents some concepts based on the results achieved during the research-dissertation of the author, carried out from 2014 to 2016. The study focused on the process of empowerment of the globalized individual, defined by the author: as the one who transits autonomously through digital media through mobile devices; the research investigated the virtual technological environment, woven by the new communication protocols and their relations with this individual and the museum. We will present here, just a punctual cut, of how the individual uses the Instagram application in social networks and their different resignifications and productions of new subjectivities in the digital substrate. And the appropriation of the museum as a true imaging laboratory, resulting in the virtual diffusion of this use in consonance with the varied ways in which these mobile devices operate. In this communication framework, new subjectivities are revealed in the digital environment, which are permeated by what is established, an empirical digital heritage. In this new communicational body immersed in digital technologies, the museum reveals itself as a phenomenon and power: it is

¹ Museóloga. Prêmio ANCIB 2017 melhor pesquisa em Ciência da Informação e Museologia do Brasil. Bolsista DS-CAPES (2019) do curso de Doutorado em Museologia e Patrimônio pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) - Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPG-PMUS). E-mail: kmunizviana@gmail.com

Karina Muniz Viana

susceptible to the experiences of the most different knowledges and powers. It reconfigures itself as an exploratory space for contemporary technoscience's, establishing a link between the human and the world - be it digital, virtual or real.

Keywords: Museum; Museology; Digital media; Instagram.

1 Introdução

Pensar o museu, na era da informação digital, como um protocolo comunicacional entre diferentes identidades é assumir a museologia em sua forma híbrida, capaz de interagir e se mimetizar aos mais diversos processos comunicacionais. O ambiente virtual tornou-se a grande malha de possibilidades do *vir a ser* como fato consolidado, um recorte virtual, uma nova configuração do presente já passado.

(...) museus poderiam tornar-se protocolos de comunicação entre diferentes identidades, comunicando a arte, a ciência e a experiência humana; e eles podem estabelecer-se como conectores de diferentes temporalidades, traduzindo-as a uma sincronia comum, mantendo, ao mesmo tempo, uma perspectiva histórica. Finalmente, eles podem conectar as dimensões globais e locais de identidade, espaço e sociedade local (CASTELLS, 2001, p. 12).
[grifo nosso]

Os museus cada vez mais estão se tornando espaços agradáveis e suscetíveis a ações conjuntas e colaborativas e a tecnologia digital assumiu o papel de facilitador nesse processo. A experiência com o museu vem se tornando cada vez mais colaborativa a partir da presença efetiva das tecnologias digitais.

O indivíduo globalizado se projeta no mundo virtual, estabelecendo um protocolo relacional com as redes híbridas; ele está aqui e em qualquer lugar, basta conectar-se. Ele institui-se autônomo em suas relações de virtualidade, assume o papel de empoderamento desse ambiente. A relação com este museu se dá a partir do momento em que ocorre o compartilhamento nas redes digitais.

Neste processo, o indivíduo globalizado a cada instante se apropria de novas possibilidades e diferentes identidades. Para apresentar e compreender como esse mecanismo comunicacional se articula, faremos um recorte analítico do Instagram². Atua como uma rede

² É uma rede social *online* de fotos, basicamente é um aplicativo gratuito que pode ser baixado e, a partir dele, é possível tirar fotos e realizar vídeos de até um minuto com o celular ou tablet, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com amigos que também estejam nessa rede. Seu maior diferencial, é a possibilidade de compartilhar essas imagens em outras redes sociais, como o Facebook, Twitter e o Tumblr. No Instagram, os usuários podem curtir e comentar nas suas fotos e há ainda o uso de *hashtags* (#) para que seja possível encontrar

Karina Muniz Viana

social *online* de compartilhamento que permite aos seus usuários tirar fotos e vídeos, aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como, por exemplo, o Facebook, Twitter, Tumblr e o Flickr.

A fotografia instantânea³, possibilitada por esse app, se tornou um dos principais dispositivos para se experimentar algo, bem como para materializar a participação do indivíduo em determinada experiência. Neste sentido, essas imagens instantâneas seriam empregadas para alargar a visão para além do literal, permitindo assim, o simbólico, o impressionista, a imaginação, a ironia, o surreal e o desafio de ampliar o diálogo entre o real e o que se apresenta na divulgação de determinados locais. O ato de fotografar pela objetiva do Instagram determinou uma nova experiência única virtual/digital coletiva, essencial para a materialidade de algo. Esta experiência tornou-se inesquecível para o indivíduo, devendo ser compartilhada para além de seu restrito ciclo social, ampliando-se à esfera mundial/virtual.

2 A virtualidade da imagem como potência comunicacional

O indivíduo globalizado, através da fotografia, considera a representação da sua vivência, tida em um único tempo e espaço, um estímulo à propagação virtual com outras pessoas e grupos, dito por Barthes como uma repetição mecânica – o que a fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente (1984). O que temos agora é a repetição virtual, mas ela não se apresenta como mera cópia a partir de uma matriz, mas como sobreposições infinitas de novas interpretações de muitos sujeitos.

Ao analisarmos o perfil do Instagram do Museu de Arte de São Paulo – MASP, denominado: *masp_sp*; realizamos um recorte de uma postagem⁴ (Fig. 1) realizadas em 2015

imagens relacionadas a um mesmo tema, mesmo que as pessoas que tiraram essas fotos não estejam na rede pessoal do usuário.

³ A produção imagética do Instagram traz um conceito plástico e tecnológico da máquina fotográfica *Polaroid*, criada em 1937 pelo físico americano Edwin Herbert Land, em Massachusetts. Seu diferencial, na época, era que a imagem poderia ser “revelada” instantaneamente e apreciada imediatamente. Sua composição de cores também era um destaque, cores mais vivas e contrastantes. No Instagram temos a possibilidade de aplicação de vários filtros de cor e a “revelação” e apreciação se dá em tempo real e o compartilhamento é feito em toda a rede social.

⁴ O conteúdo tem como elemento principal a exposição *Acervo em transformação* - a coleção do MASP de volta aos cavaletes de cristal de Lina Bo Bardi. Essa exposição apresenta a retrospectiva da mostra de 1968, realizada para a abertura da atual sede do museu e desmontada em 1996.

Karina Muniz Viana

e 2016. Podemos observar a presença do visitante que se mimetiza a toda a estrutura em que a obra se encontra.

Fig. 1: Postagem Museu de Arte de São Paulo – MASP, 2015 e 2016



Fonte: Instagram. Perfil: masp_oficial

O visitante é parte da obra, uma obra que não mais se restringe ao suporte físico. Ela se completa em meio digital e estabelece sua conexão com o indivíduo por meio de seus compartilhamentos na – rede das redes (CARVALHO, 2007). Esta nova composição espacial – ou seja, a obra, o espaço do museu, a exposição e o visitante – é replicada em meio digital, se propaga virtualmente. Deloche afirmava, acerca da grande revolução dentro das exposições, ao serem inseridos em seus conjuntos e elementos comunicacionais as ferramentas de virtualidade:

Tem sido dito muitas vezes, novas mídias criam uma nova relação entre o espectador e as coleções, porque é muito diferente trabalhar as grandes salas dos museus, perde-se em uma espécie de labirinto nas salas e corredores, e visita-se o "Louvre virtual" estando apenas sentado em silêncio em sua cadeira. Esta diferença não está simplesmente nas condições materiais, mas também na natureza da visita, a velocidade de acesso para as imagens, à natureza impalpável de objetos musealizados (mesmo em 3D), a flexibilidade de movimento. Então, o que mudou é nossa maneira de se relacionar com os objetos, porque essa relação tornou-se demasiado virtual. Se o museu tem a tarefa de apresentar suas coleções de forma sensível, conseqüentemente poderá fazer as duas coisas concretas e virtualmente⁵ (DELOCHE, 2005, p. 4). [grifo nosso]

⁵ Do original: *Los nuevos medios han revolucionado la exposición. Se ha dicho muchas veces, los nuevos medios crean una nueva relación entre el espectador y las colecciones, porque es muy diferente medir las salas de un gran museo, perderse en el laberinto de las salas y los corredores, y visitar el "Louvre virtual" tranquilamente*

Karina Muniz Viana

O espaço físico do museu, sua concepção expográfica são envolvidos na dinâmica do visitante (Fig. 2): já não se trata mais de um espaço estático ou até mesmo de um campo de interpretações que parte apenas da obra de arte, ou de um pequeno grupo de profissionais que o idealizaram. Ele assume neste momento uma identidade como espaço de articulações comunicacionais em que o visitante provoca instabilidade na até então existente linearidade da exposição.

Fig. 2: Foto realizada em visita ao MASP, em 10/03/2016



Fonte: Acervo pessoal

O indivíduo globalizado vê o espaço do museu verdadeiramente como uma “obra aberta”. É na busca pela interpretação, a partir de suas experiências pessoais ou coletivas e na observação dos elementos musealizados – objetos, instalações, arquitetura –, que ele se integra a este meio musealizado e passa a fazer parte desse todo, um todo que se ressignifica a cada novo compartilhamento a cada forma de subjetividade.

Apesar da possibilidade de voltarmos atrás e trocarmos a todo o momento o percurso da exposição, o espaço que se descola diante de nós está pré-condicionado, bem como o conjunto de elementos que nos apresentam. Deparemo-nos, então, em um mundo paralelo, podemos dizer que o mundo real e completo, com seu modelo original de apresentação sensorial e sua própria lógica, seus processos de hierarquia e seleção⁶ (DELOCHE, 2005, p. 6). *[grifo nosso]*

sentado en su sillón. Esta diferencia no reside simplemente en las condiciones materiales, sino también en la naturaleza de la visita, la rapidez de acceso a la imágenes, el carácter impalpable de los objetos museales (aún en 3 D), la flexibilidad del desplazamiento. Por lo tanto, lo que ha cambiado es nuestro modo de relacionarnos con los objetos, porque esta relación se ha tornado también virtual. Si el museo tiene por tarea especialmente presentar las colecciones de manera sensible, en lo sucesivo puede hacerlo tanto en concreto como virtualmente.

⁶ Do original: *A pesar de la posibilidad que se nos dio de volver atrás y cambiar en todo momento de itinerario, el espacio que se despliega delante de nosotros está pre-condicionado, como también el conjunto de las elecciones que se nos proponen. Nos encontramos entonces frente a un mundo paralelo, es decir, un mundo real y completo, con su modo original de aprehensión sensorial y su lógica propia, sus procesos de jerarquización y de selección.*

Karina Muniz Viana

Uma apropriação que lhe permite ser livre e dar voz ao próprio objeto musealizado. Pensemos: em que momento anterior na História da Arte teria sido possível presenciar a Gioconda⁷ (Fig. 3) tirando seu *selfie* de forma despreziosa, sobre a ponte de Munch e em três planos de fundo: Moça com o Brinco de Pérola⁸; e O grito⁹ – todos sob o céu de Van Gogh?¹⁰. Em que momento veríamos a Gioconda com um de seus braços descruzados e a Moça com brinco de pérola fazendo o sinal de paz e amor? O grito ainda permanece em estado de choque, mas agora é um susto entre realidade e virtualidade ocupando o mesmo espaço, o espaço virtual/digital. Diferentes séculos compartilhando o mesmo tempo virtual em uma mesma imagem digital.

Fig. 3: Postagem #museum, #museumselfie. 2015



Fonte: Instagram. Perfil: museum

Nesta manipulação de sobreposições de imagens dos ícones da História da Arte clássica, a Gioconda assume o controle do enquadramento da cena, um recorte de realidade – tema este trazido por Philippe Dubois em 1990, em sua obra “O Ato Fotográfico”. Primeiramente o autor reconhece a fotografia como espelho do real, pautado no discurso da mimese¹¹, em que o efeito de realidade encontrado se dá graças à semelhança entre o equipamento mecânico/fotográfico e a imagem real, ou seja, o seu referente. A partir de então,

⁷ DA VINCI, Leonardo. Mona Lisa del Giocondo – Pintura, 1503-1517. Museu do Louvre, Paris

⁸ VERMEER, Johannes. Moça com o brinco de pérola – Pintura, 1670. Museu Mauritshuis, Haia

⁹ MUNCH, Edvard. O grito – Pintura, 1893 – Galeria Nacional, Oslo

¹⁰ VAN GOGH, Vincent. A noite estrelada – Pintura, 1889. MoMA, Nova York

¹¹ Ernest Gombrich opõe-se ao conceito de mimese como imitação da natureza, que fundamentou todo o desenvolvimento da arte ocidental. Para Gombrich a "mimese" não existe. Segundo este autor a distinção se dá entre representações conceituais, baseadas no conhecimento; e representações miméticas, baseadas na percepção.

Karina Muniz Viana

tentou-se mostrar que a fotografia não é um espelho neutro, mas que é utilizada como um instrumento de transposição, de análise, de interpretação e até de transformação do real.

Já o corte temporal produzido pelo ato fotográfico trata da redução do transcurso do tempo a um simples instante, o que é conhecido como instantâneo. Mas a partir deste momento a superação desta temporalidade, deste ponto no tempo que é cortado tem a sua perpetuação: o que aconteceu somente uma vez fica registrado para sempre.

3 O museu como dobras de compartilhamento virtual do indivíduo globalizado

É no ambiente do museu que o indivíduo globalizado vive uma experiência sensorial e imaginante, mas é em sua projeção virtual que se completa, compartilhando sua experiência e expandindo-a de forma agregada a outros elementos visuais e de seu próprio corpo. Do emocional do indivíduo globalizado, agora ele produz e manipula esse potencial de imersão na obra, que se dá visual, digital e virtualmente. Recria e replica a obra. A obra-prima clássica e consagrada passa a fazer parte de um recorte de virtualidade e se desdobra em novos significados e compartilhamentos. A reverberação virtual se expande a cada compartilhamento, seu tempo se renova e se reinterpreta a cada clique, a cada *like*¹².

Para o indivíduo globalizado o museu tradicional é percebido como um ambiente de encapsulamento de suas interpretações, presentes na instância criativa. O “lado aberto” desse espaço é um todo contido no comportamento despojado desse indivíduo com relação ao museu. A experiência com o museu vem se tornando cada vez mais colaborativa. O indivíduo globalizado institui-se autônomo em suas relações de virtualidade, assume o papel de empoderamento desse ambiente. Os museus cada vez mais estão se tornando espaços agradáveis e suscetíveis a ações conjuntas e colaborativas e a tecnologia digital assumiu o papel de facilitador nesse processo. A relação com este museu se dá a partir do momento em que ocorre o compartilhamento virtual.

Que sensação espetacular alguém percebe quando sente a conexão entre ele próprio, o objeto musealizado e outras pessoas/grupos. Quando, tradicionalmente chamado de agente da

¹² Termo da linguagem virtual utilizado para demonstrar a opinião do usuário como “eu gostei”, simbolicamente representado pela forma lúdica do ‘coração’.

Karina Muniz Viana

informação, agora ele transmuta-se em sujeito de compartilhamento, pois cada estabelecimento de vínculos resulta em toda uma reverberação comunicacional diante do universo digital e suas relações com o museu.

A museologia, na era das tecnologias digitais, se manifesta no ambiente virtual, em um processo constante de “construção de uma assinatura para a memória do mundo” (Kuperman, 2016)¹³. Em princípio ele possibilita um construto relacional de ordem tecnológica e comunicacional. O indivíduo globalizado assume um papel comunicacional dinâmico com o museu, se apropria das mais diversas práticas da museologia tradicional e as ressignifica no momento de transposição ao suporte digital. Um legítimo processo de impressão, decalque da realidade para a virtualidade. É inegável o uso dos processos tradicionais. O que mudou foram seus atores e o ambiente ocupado por eles.

Referências

BARTHES, Roland. **A câmera clara** – nota sobre a fotografia. Tradução: Júlio Castañon Guimarães. 9ª. Impressão. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1984.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **As transformações da relação museus e público: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento de um público virtual**. Rio de Janeiro, UFRJ-ECO, 2005. Orientadora: Profª Drª Lena Vania Ribeiro Pinheiro. Tese (Doutorado em Ciência da Informação).

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede** - a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DELOCHE, Bernard. **¿Es el museo virtual un competidor real para el museo institucional?** mus-A - Revista de los museos de Andalucía Publicación cuatrimestral con excepciones. Museos y Nuevas Tecnologías. Andalucía, n. 5, 2005.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Tradução: Marina Appenzeller. 2. ed. São Paulo: Papirus Editos, 1958.

¹³ Seção de defesa de dissertação. UNIRIO / PPG-PMUS, 04/04/2016.