

O DEVIR ARTÍSTICO: NOVAS POSTURAS MUSEOLÓGICAS FRONTE O CAPITAL ARTISTA

Juliana Trentin Rodrigues¹

RESUMO

Epicentro da estética hipermoderna, o imersivo oferece a todos um ambiente espetacularizado, essência máxima da contemporaneidade, das transformações sociais, culturais e tecnológicas da sociedade pós-moderna. Reflexo do indivíduo em voga, caracterizado pelo imediatismo e inerte na indústria de massas, as expografias têm sofrido alterações - afastando-se do visitante flâneur e se adaptando ao maratonista. Para maior compreensão face o avanço das exposições imersivas, o estudo em questão promove a discussão em torno da transição da museologia moderna para a pós-moderna. Símbolo de ruptura, o Centre Pompidou (1977) demarca o ponto inicial da pesquisa, modelo no qual o espaço canônico até então encontrado se apresenta em um cenário mais educativo e dinâmico, resquício dos movimentos estudantis da década anterior. De tal maneira, correspondente ao momento aqui analisado, é possível sublinhar as necessidades da sociedade em questão, aqui, o desacelerar-se diante o dinamismo cotidiano.

Palavras-chave: Imersivo; Hiperestático; Centre Pompidou; Arte Contemporânea.

¹ Mestranda pelo programa de Interunidades em Estética e História da Arte (PGEHA/USP). E-mail: julianatrentin@usp.br

ABSTRACT

The epicenter of the hypermodern aesthetics, immersive projection offers everyone a spectacularized environment, the ultimate essence of contemporaneity and the social, cultural, and technological transformations of postmodern society. A reflection of the nowadays individual, characterized by immediacy and inertia in the mass industry, exhibitions have undergone changes - disappearing from the flâneur visitor and adapting to the marathon visitor. To better understand the advancement of immersive projections, this study promotes a discussion around the transition from modern to postmodern museology. A symbol of rupture, the Pompidou Center (1977) marks the starting point of the research, a model in which the canonical space previously encountered presents a more educational and dynamic setting, a remnant of the student movements of the previous decade. Thus, corresponding to the moment analyzed here, it is possible to highlight the needs of the society in question - here, the slowing down of everyday dynamism.

Keywords: *Immersive Exhibition; Hyperaesthetic; Centre Pompidou; Contemporary Art.*

INTRODUÇÃO

Há o pressuposto de que o surgimento do Centre Pompidou (1977) declara o início pós-moderno no campo museológico. Evidenciando-se como efeito Beaubourg, o museu é caracterizado pela ruptura, pela “fissão cultural, dissuasão política.” (BAUDRILLARD, 1991, p.82). Enquanto os museus em suas configurações originais “surtem sob o signo do entusiasmo do Século das Luzes, com um modelo construído pelas elites ilustradas”, (GONÇALVES, 2004, p.14), o precursor dos novos museus destaca uma arquitetura móvel, de exterior moderno, como Baudrillard (1991) relembra.

Desenvolvido em uma atmosfera demarcada por movimentos culturais deflagrados em uma boa parcela do hemisfério norte ocidental, com a presença de cultura jovem, discussões em torno dos direitos civis de minoria, rebeliões, emergência da música como linguagem global, segunda fase do feminismo e um certo otimismo pós-guerra entre a geração mais nova (MARWICK, 1998), essa postura canônica do museu

tradicional não se integrava mais à sociedade em voga, e também, ao Pompidou que estava por se fundamentar. Assim, caracterizado desde o início pelo fomento à educação, o museu em questão se comunicava com os movimentos estudantis e essa valorização do acesso à cultura além classes mais elevadas. De tal maneira, considerando-se tanto antimonumento quanto um ambiente de criação e educação, o Pompidou personifica-se sem identidade fixa, sendo a inconstância sua originalidade. (PODEROS, 2002) Correspondente à atmosfera pós-moderna, sua arquitetura exposta, de uma fragilidade calculada, “proclama abertamente que o nosso tempo nunca mais será o da duração, que a nossa temporalidade é a do ciclo acelerado e da reciclagem, do circuito e do trânsito dos fluidos.” (BAUDRILLARD, 1991, p.84) Com efeito, como Jameson (2006, p.13) confirmará à posteriori, o momento pós-moderno “busca rupturas, busca eventos em vez de novos mundos, busca o instante revelador depois do qual nada mais foi o mesmo, busca um ‘quanto-tudo-mudou’ [...] busca os deslocamentos e mudanças irrevogáveis na representação dos objetos e do modo como eles mudam.”

Vinculadas a esse caráter mais acelerado estão as novas tecnologias oriundas da Segunda Grande Guerra. Na percepção de Forman (2007), enquanto a modernidade foi demarcada pela ciência, o pós-moderno tem as inovações tecnológicas como prioridade. Uma vez que a primeira passa a se relacionar às atrocidades presenciadas durante as guerras, como é o caso da bomba atômica, a tecnologia e seus derivados encontram um terreno fértil. De tal maneira, a partir de novos meios de comunicação e acessos, o indivíduo começa a ultrapassar limites até então delimitados, não há mais fronteiras, é possível ver os primeiros sinais do mundo globalizado. Assim, consequente das rupturas sociais e culturais vivenciadas a partir da década de 1960, a sociedade em voga habita neste mundo pós-moderno, caracterizado sobretudo pelo seu aspecto hiperestático, complementado pelas novas mídias, e claro, pelo teor *pop* instigado desde Warhol.

CIDADES E PERSONAS FRAGMENTADAS

Ao estabelecer um paralelo entre as configurações das cidades modernas e as pós-modernas é possível verificar no primeiro polo um planejamento em larga escala e funcional, e, em contrapartida, constatar noutro um tecido urbano fragmentado, composto de várias intervenções dispersas. Paes-Luchiari (2006) situa que no segundo caso - e no qual nossas cidades em grande parcela se configuram - há a presença de uma ruptura em torno da identidade local coletiva. Com o planejamento estratégico se sobrepondo ao urbano, a cidade torna-se um objeto do mercado, e a cultura, sua moeda de troca.

Associando-se desde o momento pós-industrial “como o modo do indivíduo perceber-se e atribuir significado ao mundo em que vive” (LÁZARO, 1993, p.260), na medida em que a cidade hipermoderna valoriza e se utiliza da cultura como meio de comunicação, é possível ver suas relações com o sujeito conforme estes se metamorfoseiam nesta constante tecitura. Assim, sendo a cultura cada vez mais um produto, sua diferença em relação ao momento anterior se faz exatamente pelo fato de que “o modernismo era, ainda que minimamente e de forma tendencial, uma crítica à mercadoria e um esforço de forçá-la a se autotranscender” (JAMESON, 2006, p.14). enquanto o pós-modernismo se configura como um signo e componente da indústria cultural.

Composto por dicotomias, e não sendo considerado um estilo, o pós-moderno apresenta relações até então improváveis, como é o caso da indústria e da arte. Diante suas variáveis facetas, há uma certa perda de elementos poéticos ao mesmo tempo em que estes se abundam. Logo, é um

“momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética. O estilo, a beleza, a mobilização dos gostos e das sensibilidades se impõem cada dia mais como imperativos estratégicos das marcas: é um modo de produção estético que define o capitalismo de hiperconsumo.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.13)

Na presença da transição da estética para a sua quarta e final era - a transestética -, onde o capitalismo artista atua como componente primário, tudo se é objeto de consumo. Frente tal realidade, e considerando que os gostos são apropriados pelas marcas, é compreensível o perfil do indivíduo hiperestático ser, por conseguinte, fragmentado - ou para alguns autores -, esquizofrênico. Padrão comportamental relacionado a ruptura de significantes, tal como destaca Jameson (2006), o frequentador do museu moderno percebido como flâneur torna-se blasé no pós-moderno. Quando em contato à essa gama de informações, o indivíduo - como Benjamin já analisava - tem “a experiência de ‘choque’ nas metrópoles, mais exatamente, a reação defensiva desencadeada pelo choque, neutralizada entretanto na ‘vivência-hábito’ graças à intermediação da consciência.” (ARANTES, 2015, p.109) Como a autora prossegue, nesta lógica de se valorizar a quantidade das informações ao invés da qualidade, no “*blasé* exprime-se a mais acabada indiferença pela individualidade de seres e coisas, que aliás já não discrimina mais - numa palavra, autopreservação pela desvalorização do mundo objetivo. Tal dissociação é uma das formas elementares da sociabilidade na grande metrópole.” (ARANTES, 2015, p.111)

De fato, uma vez planejados a partir de “objetivos e princípios estéticos que não têm necessariamente nenhuma relação com algum objetivo social abrangente, salvo, talvez, a consecução da intemporalidade e da beleza ‘desinteressada’ como fins em si mesmas” (HARVEY, 1994, p.69), os municípios e suas estruturas em voga reforçam o desinteresse validado por tal geração, salientado diretamente pelo excesso de informações. Complementada pelas estruturas das cidades contemporâneas, compostas pela aceleração e estéticas plurais, há em sua essência a rotina globalizada. Por conseguinte, em meio às suas fragmentações, o indivíduo não possui tempo de se estruturar, de definir o seu “eu”, visto a duração ínfima das tendências juntamente de dias passados de modo desenfreado.

Reflexo social, além da reestruturação arquitetônica dos museus, é possível encontrar um novo meio de fazer arte em tal atmosfera, voltado principalmente ao inconsciente e

ao sentir. Com a razão em segundo plano, esse novo aspecto evidencia a necessidade do indivíduo pós-moderno em se expressar, mesmo que momentaneamente. Nas palavras de Filho (2019, p.98), na arte contemporânea há uma certa “desqualificação de composições figurativas em sua produção. A imagem não é mais categoria relevante para a pesquisa estética. Para a linguagem da arte poder novamente se integrar à linguagem em psicanálise, é preciso que se aborde as obras para além da experiência sensível que se caracterizam.” Seguinte a esse momento, Nicolas Bourriaud denomina um novo formato de estética, a relacional.

Cunhado na década de 1990, o termo “estética relacional” volta-se para uma prática que Bourriaud (2009, p.35-36) foi percebendo: “estandes que oferecem vários serviços, obras que propõem ao observador um contrato específico, modelos de socialidade mais ou menos concretos. A ‘participação’ do espectador, teorizada pelos *happenings* e pelas performances Fluxus tornou-se uma constante na prática artística.” Em outras palavras, resultado tanto da globalização, quanto do individualismo, a arte foi expondo a necessidade do social, do se expressar; o receptor torna-se componente ativo da obra. Inicialmente relacionando-se ao divino e depois ao objeto, a arte “se concentra nas esferas das relações inter-humanas, como provam as experiências em curso desde o começo dos anos 1990.” (BOURRIAUD, 2009, p.40)

RECEPÇÕES PÓS-PANDÊMICAS: A ONIPRESENÇA TECNOLÓGICA

O que vinha sendo construído desde o início do contemporâneo numa busca constante do “eu” e do “outro” recua alguns passos diante a quarentena iniciada em 2020 mediante o Covid-19. Com a não possibilidade das trocas diretas, “o virtual e a vida *online* eram a única opção para os artistas, os museus, as bienais, as galerias e o público [...]” (MARQUES; GONÇALVES, 2022, p.3), promovendo a tecnologia de complementar para necessária. Assim, eventos internacionais antes vivenciados presencial, já em março de 2020 se adaptaram com novas facetas:

“[...] a ‘franquia’ Art Basel realizou uma das primeiras feiras totalmente em plataforma online, com a adoção de Online Viewing Rooms (OVRs) o que permitiu um alcance global, ainda que o foco tenha recaído sobre o âmbito local. Nesse ambiente, foram reunidas as que tradicionalmente aconteciam fisicamente em Basel, Miami e Hong Kong. Esses espaços eram como estandes virtuais de cada galeria, com seus artistas, obras e outras mídias complementares (vídeos, áudios, espaços de simulação 3D), criando uma experiência digital ao visitante.” (MARQUES; GONÇALVES, 2022, p.6)

No ponto de vista do receptor, isolado socialmente, não só o museu, como outros formatos de entretenimento, buscou se inserir no âmbito privado. Suporte emocional àqueles confinados em casa, acompanhados cotidianamente de notícias desoladoras, signos de cultura e arte passam a se manifestar como um estímulo dispersivo. De tal maneira, assim como a Art Basel investiu em estantes digitais assimilados de outras mídias, os museus também intentaram manter a experiência de seu público vívida. “Participar de encontros online com artistas, curadores e galeristas de toda parte do mundo, acessar espaços distantes por meio de tours virtuais e acompanhar exposições criadas especialmente para a internet” (SCHENKEL, 2020, p. 2) tornam-se possíveis. Bem como a tentativa em manter a vida além da pandemia em funcionamento, a tecnologia passa a proporcionar uma maior acessibilidade cultural até então não estimulada em tal dimensão.

Relevante como patrimônio cultural, Mendes e Gonçalves (2020) relembram o museu como importante peça no setor privado. Com a ascensão da privatização e da cultura principalmente entre 1980 e 1990, havia não só interesses corporativos e governamentais em foco, como também, uma instrumentalização da cultura em termos distintivos socialmente. Tendo isto posto, o ser apto a acessar por meio de aparatos tecnológicos exposições até então só possível a partir da mobilidade física, devido a pandemia, pessoas de todo o globo e de diferentes classes sociais foram capazes de acessar não só exposições, como cursos online de curta duração e lives com profissionais renomados, independentemente da sua localização geográfica.

Nesse viés, além da busca para manter o mercado ativo, a divulgação do por meio da internet mediou o acesso de indivíduos até então não considerados público-alvo devido às questões demográficas. Como se discute ao longo da história da arte, e mesmo no deflagrar do pós-moderno, esta primeira ainda se vincula às classes mais altas. Mesmo havendo hoje mais acessos do que outrora, uma barreira invisível permanece. As portas estão abertas, mas ainda não receptivas na percepção de alguns. “Apesar da potencial ampliação de acesso proporcionada pela Internet, excluem-se públicos que não se encontram nessa situação de conectividade ideal, como idosos sem familiaridade com smartphones e Instagram ou jovens de periferia com pacotes de dados limitados.” (SCHENKEL, 2020, p.3)

Entre esse paradigma onde há uma maior inserção ao mesmo tempo em que se evidencia as desigualdades ativas, a presença do uso das mídias sociais deflagradas na pandemia auxilia o encontro com novos mundos, novas comunicações. Embora ainda em processo de conseguir acessar todas as pessoas, complementar à presença das novas tecnologias há a mudança, desde 1990, da absorção da educação que passa a ser sobretudo “um deslocamento da ideia de instrução para a ideia de experiência, e de um foco nos objetos ou obras de arte para o visitante e para a comunidade na qual a instituição está inserida.” (SCHENKEL, 2020, p.9) De tal maneira, uma vez reflexo sociocultural, deparando-se com a popularização das redes e sua fácil deflagração, não há mais como haver o espaço museu sem esse atributo que se faz presente em todos os meios, e, ferramenta primordial nesses últimos cinco anos.

EXPOSIÇÕES IMERSIVAS: UM REFLEXO DAS ÚLTIMAS DÉCADAS

Enquanto perambulava entre os salões do Louvre, Valéry se percebeu questionando: “vim instruir-me ou buscar encantamento, ou, de outro modo, cumprir um dever e satisfazer convenções?” (VALÉRY, 2008, n.p.) Embora sua indagação tenha ocorrido no ano de 1931, a dúvida se mantém. Disseminadas a “ser um centro interdisciplinar de cultura e patrimônio” (GONÇALVES, 2004, p.13) desde a Grécia Antiga, as casas das musas se transfiguraram e se transfiguram até hoje, e por conseguinte, seus usuários.

Embora seja comum a concepção de que a visita ao museu era voltada primordialmente ao apreço das obras de arte, a pesquisadora Klonk (2009) refuta a ideia ao afirmar que desde no início do século XIX boa parcela dos visitantes se reunia de modo social. É o ato de ver e ser visto. A mobilização de desejos. Por consequência, tal como as questões de Valéry, havia alguns embates em torno desse ideal voltado mais para a diversão. Como a autora pontua, curadores do *National Gallery*, em mesmo período, se frustraram pelas mãos se utilizarem do espaço do museu unicamente para ensinar seus filhos a andar. Fator de interesse no último ponto é o fato da não sincronicidade em alguns momentos entre transmissão e recepção. Uma visão voltada à educação e encantamento respondida pela busca da recreação, entretenimento.

Na contemporaneidade, a recepção estética se traduz de maneira bem díspar ao que se encontrava no século XIX. Como Gonçalves (2004) realça, hoje as exposições possuem uma relação diferente para com o público, é um espaço aberto, dialogando e construindo uma identidade síncrona à sociedade. Em sequência lógica, enquanto nos séculos XIX e início do XX as recepções se faziam - em grande maioria - com quadros dispostos de maneira empilhada nas paredes, a partir do fim da década de 1930, com a aparição do MoMA, a experiência do visitante é valorizada. A partir do cubo branco, fruto da inspiração da viagem de Barr até a Alemanha e seu contato com a Bauhaus, as obras começaram a se posicionar de modo mais intimista, mais baixas do que o costumaz, facilitando a conexão e internalização desta experiência. (KLONK, 2009) Características do museu moderno, as paredes eram de um “branco ‘neutro’ que permitia uma disposição flexível das obras expostas e oferecia ao visitante uma experiência de visualização calma, porém dinâmica.” (KLONK, 2009, p. 138, tradução nossa)². Em contrapartida, as expografias contemporâneas atuam de modo sinestésico; há paredes coloridas, odores e sons. “Enquanto o museu consolida o seu espaço expositivo como *lugar* que quer ser ‘neutro’, a ideia de *lugar* para os artistas

² “the white ‘neutral’ container that permitted a flexible arrangement of the work on show and offered the visitor a calm, yet dynamic viewing experience.”

contemporâneos vai assumir importância enquanto linguagem.” (GONÇALVES, 2004, p.54) Logo, como a professora Lisbeth prossegue, essa nova estruturação possibilita “a projeção de múltiplas experiências, o movimentar-se no jogo de associações que o universo metafórico sugere, avivando dispositivos do inconsciente e do consciente.” (GONÇALVES, 2004, p. 46)

Através da cronologia museológica, juntamente da compreensão do novo receptor como maratonista, se faz coerente a maior presença de um novo modo de exposição - o imersivo. Fruto da estética relacional de Bourriaud, a mostra imersiva tem deflagrado em espaços comuns de lazer (não se posiciona necessariamente no interior do museu). Numa sociedade qualificada por sua estética hipermoderna, é inevitável a presença do capitalismo artista em todos os seus espaços, dominada pela abundância. Numa atmosfera marcada pelo divertimento, as artes não mais são “destinadas a comunicar com as forças invisíveis ou elevar a alma pela experiência extática do Absoluto, mas sim ‘experiências’ consumatórias, lúdicas e emocionais aptas a divertir, a proporcionar prazeres efêmeros, a vitaminar as vendas.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.34)

Ao adentrar em uma exposição imersiva, a resposta para a pergunta de Valéry fica fácil, há uma busca pelo encantamento. Com as paredes e piso tomadas por imagens, as estruturas desse modelo de expografia “apartam o público de qualquer relação com o exterior, resultando em exímios exemplos de não-lugares” (QUEIROZ, 2025, p. 425), acrescidas de sons e tecnologia. Quando criado por Augé (1992), o conceito de não-lugar se traduziu como conjunto de construções com uma linguagem mais impessoal, caso de hipermercados, aeroportos, entre outros. Sua similitude com a exposição imersiva é o fator “que permite a aceleração do tempo e a virtualização do espaço, é a transformação de nós mesmos *em outros*, algo que realizamos mas do qual não nos damos conta”. (SÁ, 2014, n.p.) Nessa vertente, a espetacularização proposta pelo termo imersivo “promete uma experiência corporificada surpreendente, um acontecimento, um corte no modo de habitar cotidianamente o mundo” (QUEIROZ,

2025, p.425) correspondente a um certo escapismo requisitado diante o cotidiano acelerado.

Numa ideia próxima à *performance*, a experiência de tal expografia é temporada. Não há recursos escritos ou fotografias capazes de transpassar o que foi ali vivenciado; serão inconclusivos. Essa premissa da temporalidade, em sintonia com o curto espaço de duração das tendências atualmente, atribui ainda o apelo social. Assim como Bourriaud (2009, p.41) relatava sobre a curiosidade diante *performances*, “o espectador vai ao local para constatar um trabalho, que existe como obra de arte apenas em virtude dessa constatação”, no imersivo a procura é similar, sendo ele por si só exposição e publicidade. Além disso, com a distância entre o profissional e o amador encurtador devido às mídias, todo mundo é de certa forma um influenciador.

“Hoje, os indivíduos se pensam em termos de imagens, e eles próprios se põe em cena nas redes sociais ou diante das câmeras. [...] Estamos no hiperespetáculo quando, em vez de ‘suportar’ passivamente os programas midiáticos, os indivíduos fabricam e difundem em massa imagens, pensam em função da imagem, se expressam e dirigem um olhar reflexivo para o mundo das imagens.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 266-267)

Isto posto, e dando importância ao crescimento do turismo cultural cuja principal fonte é a “recomendação pessoal, feita por amigos ou por familiares” (RICHARDS, 2009, p.28), é de tamanho interesse para os museus e instituições se apropriar das novas redes sociais a seu favor. Já em 2009, 33% das fontes turísticas eram através da internet (RICHARDS, 2009). Hoje, esse número já alcança 48% no Brasil, seguido por amigos ou familiares em 45%. (GOV.BR, 2024) Em suma, diante a onipresença do capital em todos os espaços e a ânsia do “ser” através das mídias numa “necessidade de dizer quem se é ainda mais imperiosa por terem os referenciais coletivos duradouros (a nação, a classe social, a religião, a política) perdido grande parte de seu antigo poder regulador” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 375), o imersivo é o epicentro de toda a identidade de lazer do indivíduo hiperestático.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para dominar os devires, tem-se que dominar toda a história até então. Uma vez verificado o histórico do receptor estético ao longo dos séculos, encontrar as motivações questionadas por Valéry fica um pouco mais fácil. A relação museu - indivíduo além de recíproca é guiada pelo seu segundo componente. Não há museu sem pessoas. Além de templo das musas, este é um tempo identitário. Em um contexto em que as informações se multiplicam aceleradamente, manter a atenção do receptor é um desafio superior ao que se era. A ascensão das experiências imersivas em exposições e museus corresponde a essa ambientação. Com rotinas intensas, o indivíduo contemporâneo busca primordialmente o descanso da mente em seu lazer, na distração, e é nesse momento que a configuração mais tecnológica ganha interesse: a oferta da imersão em um não-lugar, um escapismo da realidade.

Caminho pavimentado pela pandemia global vivenciada no início da década em questão, a presença das novas tecnologias como meio de comunicação se intensificou em um curto espaço de tempo. Reflexo do confinamento social, as relações inter e intra sociais sofrem manutenções, sendo as mídias sociais as novas mediadoras. Como Bezerra e Gibertoni (2021) relembram, o homem sempre teve a necessidade do pertencimento, pelo agrupamento social, e claro, isso se estende às mídias. Assim, com estas sendo momentaneamente o único meio de comunicação, sua presença exacerbou-se. Hoje, como Lipovetsky e Serroy (2015, p.33) nomeiam, temos o *Homo Aestheticus*: “reflexivo, ansioso, esquizofrênico que domina a cena nas sociedades hipermodernas. As produções estéticas proliferam, mas o bem viver está ameaçado, comprometido, ferido.” É nessa ameaça que o imersivo aparece como um apoio ao indivíduo hipermoderno, ao mesmo tempo em que reforça sua presença num caráter “instagramável”.

Em suma, embora ainda em andamento, a pesquisa em questão tem compreendido uma maior necessidade da taça humana em vivenciar espetáculos, sejam eles parques, filmes tridimensionais, até exposições. Numa dinâmica de massas, as exposições imersivas conseguem uma proximidade com um público-alvo ainda ileso pelos museus ditos

tradicionais. Embora precificadas, são exposições voltadas ao inebriamento, oferecem um espaço livre para as mais variadas ações e reações. Diante um mundo repleto de imagens e estímulos, cabe compreender o seu sujeito além espetáculo, assimilar o que sustenta seu olhar em meio a tantas atrações. Percebendo essas dinâmicas em torno a arte e a tecnologia, torna-se possível assimilar não só os próximos passos da museologia contemporânea, mas os efeitos e oportunidades do imersivo em seu caminho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANTES, O. O lugar da arquitetura depois dos modernos. São Paulo: Edusp, 2015

BAUDRILLARD, J. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BRASIL. Ministério do Turismo. Redes sociais já são principal fonte de informação para quem deseja viajar. 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/redes-sociais-ja-sao-principal-fonte-de-informacao-para-quem-deseja-viajar>>. Acesso em: 13 out. 2025.

BEZERRA, L. S; GIBERTONI, D. **As mídias sociais durante a pandemia do covid-19: análise comportamental dos usuários durante este período e as possibilidades para o futuro.** *Revista Interface Tecnológica*, v. 18, n.2, p. 144-156, 20 dez. 2021.

BOURRIAUD, N. Estética relacional. São Paulo: Martins, 2009.

FILHO, F. A inversão do conceito de simulacro e os caracteres performativos de linguagem na arte pós-moderna. **Anais V CID & IV Simpósio em Transculturalidade, Linguagem e Educação**, p. 81-112, 2019.

FORMAN, P. *The primacy of science in modernity, of technology in post modernity, and of ideology in the history of technology.* *History of Technology*, v. 23, p. 1-152, 2007.

GONÇALVES, L. **Entre cenografias:** o museu e a exposição de arte no século XX. São Paulo: Edusp, 2004.

HARVEY, D. A condição pós-moderna. São Paulo: Loyola, 1994.

JAMESON, F. **Pós-modernismo:** a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 2006.

KLONK, C. ***Spaces of experience: Art Gallery Interiors from 1800 to 2000.*** New Haven: Yale University Press, 2009.

LÁZARO, A. Amor e Mercado. In: Comunicação e cultura contemporâneas. Rio e Janeiro: Notrya, 1993. p. 259-271.

LIPOVETSKY, G; SERROY, J. A estetização do mundo. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MASQUES, C.R; GONÇALVES, L. Impactos da pandemia no sistema das artes visuais brasileiro. **Revista nuestrAmérica**, n. 20, p. 1-17, 2022.

MARWICK, A. ***The Sixties.*** Oxford: Oxford University Press, 1998.

PAES-LUCHIARI, M.T.D. **Centros históricos:** mercantilização e territorialidades do patrimônio cultural urbano. **GEOgraphia**, v.7, n.14, 4 fev. 2010.

PODEROS, J. Centre Georges Pompidou. Munique: Berlim, Prestel, 2002.

QUEIROZ, S. As exposições imersivas e a espetacularização da experiência estética do século XXI. **Zenodo**, 28 dez. 2022.

RICHARDS, G. Turismo Cultural: Padrões e implicações. *In:* de Camargo, P.e da Cruz, G. (eds) Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências. UESC: Bahia, p. 25-48.

SÁ, T. Lugares e não lugares em Marc Augé. **Tempo Social**, v. 26, n. 2, p. 209-229. dez. 2014.

SCHENKEL, C. **Em quarentena:** apontamento sobre educação em museus em tempos de pandemia. **Porto Arte**. Porto Alegre, v. 25, n. 43, Jan/Jun 2020. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/PortoArte/article/view/108108/58684>>. Acesso em: 11 out. 2025.

VALÉRY, P. O problema dos museus. **ARS (São Paulo)**, v.6, n. 12, p. 31-34, dez. 2008.