

## Desafios para gestão cultural diante da pandemia do Covid-19: caminhos, consolidações e novos territórios

LUCIANO SCUISSATTO DA CRUZ\*

**Resumo:** Diante das graves consequências causadas pela pandemia da COVID-19, a necessidade de pensar a produção, fruição e circulação da arte em contexto de isolamento e distanciamento social, tornou-se pauta para todo campo da gestão cultural. Neste sentido, este artigo, apresenta uma reflexão sobre como a pandemia acentuou o uso das ferramentas digitais e da internet, no campo da arte e da cultura, acelerando movimentos que já estavam em curso, explorando e consolidando novos territórios. Buscou-se, com esse trabalho, refletir sobre o uso da internet pelos gestores e espaços culturais, tendo em vista, quais os caminhos tomados diante de um momento de tantas incertezas. Cientes da necessidade de aprofundamento destas análises, haja vista, que estamos no meio deste processo, e suas consequências ainda não podem ser totalmente dimensionadas, acreditamos que, ao refletir sobre essas questões lançamos luz sobre as primeiras medidas tomadas diante da pandemia, e refletimos sobre possíveis novos caminhos, que desafiam a gestão cultural.

**Palavras-chave:** Gestão Cultural; Arte e Cultura; Covid-19.

**Challenges for cultural management before the Covid-19 pandemic: paths, consolidation and new territories.**

**Abstract:** In view of the serious consequences caused by the pandemic of COVID-19, the need to think about the production, enjoyment and circulation of art in the context of isolation and social distance, became an issue for the entire field of cultural management. In this sense, this article presents a reflection on how the pandemic accentuated the use of digital tools and the internet, in the field of art and culture, accelerating movements that were already underway, exploring and consolidating new territories. This work sought to reflect on the use of the internet by managers and cultural spaces, in view of the paths taken in the face of a moment of so many uncertainties. Aware of the need to deepen these analyzes, given that we are in the middle of this process and its consequences cannot yet be fully dimensioned, we believe that, by reflecting on these issues, we shed light on the first measures taken in the face of the pandemic, and we reflect on possible new paths that challenge cultural management.

**Key words:** Cultural Management; Art e Culture; Covid-19.



\* LUCIANO SCUISSATTO DA CRUZ é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PGC/UEM).

## Introdução

Em tempo recorde, centros culturais, cinemas e museus fecharam suas portas, teatros paralisaram suas peças, artistas cancelaram suas apresentações, os maiores festivais no Brasil e no mundo se viram obrigados a remarcarem suas datas. Em um mundo extremamente conectado, arte e a cultura sofreram o seu mais duro golpe das últimas décadas. Nesse contexto, a realidade que se apresenta é a de uma crise sem precedentes para o setor criativo. O cenário crítico mundial, causado pela pandemia da COVID-19, gera um novo e desafiador momento para artistas e gestores culturais, impondo a necessidade de pensar a produção, fruição e circulação da arte em contexto de isolamento e distanciamento social.

Desse modo, adaptar as práticas e métodos da produção artística, visando atender às recomendações dos especialistas em saúde e infectologistas, tornou-se pauta para todo o campo da arte. Passados mais de 150 dias do início da Pandemia<sup>1</sup>, muitas perguntas ainda ecoam, contudo, o setor mais criativo e inovador, ainda que com suas fragilidades, apresentou caminhos a serem seguidos, sejam os já conhecidos, sejam novos, além de possíveis territórios de atuação e desenvolvimento.

Diante dessa nova e inesperada situação, processos que já estavam em andamento e sendo implementados foram ampliados e acelerados. Dentre eles, por exemplo, a virtualização da arte e a ampliação do uso das ferramentas digitais e da internet em

todas as fases do processo artístico se mostraram como um dos principais vetores para o desenvolvimento das políticas culturais em tempos de confinamento, distanciamento social e COVID-19.

Marcus Bastos, em um de seus artigos mais recentes, *Através da Janela: vídeo online em dias de tempos e espaços desarticulados*, aponta que desde o início da pandemia houve um intenso deslocamento das atividades cotidianas para o mundo digital como forma de reduzir os danos causados pelo vírus.

Escolas e universidades têm conduzido suas aulas e atividades através de plataformas de teleconferência e trabalho em equipe. Clubes, museus e instituições culturais vem oferecendo programações regulares através de seus canais digitais, buscando formas de manter elos, mesmo que indiretos, com seus frequentadores (BASTOS, 2020, p.10).

De imediato, muitas plataformas, que já estavam disponíveis e que já vinham sendo utilizadas de forma pontual, passaram a fazer parte dos instrumentos rotineiros de trabalho no mundo da arte, e, ainda que de uma forma brusca, as medidas adotadas buscaram manter conexões entre artistas e seu público.

A partir desse princípio, pretendemos esboçar uma reflexão sobre como a pandemia causada pela COVID-19 acentuou o uso das ferramentas digitais e da internet no campo da arte e da cultura, acelerando um movimento que já estava em curso, a fim de esboçar uma breve reflexão sobre os desdobramentos desse processo.

---

<sup>1</sup> A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, em 30 de janeiro de 2020, que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19). Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia (AGENCIA BRASIL, 2019)

## **1. Ferramentas digitais e acesso à arte e à cultura em tempos de pandemia**

Vivemos um tempo de intensas transformações em todos os aspectos da produção e da sociabilidade, o qual é repleto de perplexidade e dilemas nos mais diversos campos da existência humana, gerando angústias e desconfortos. Nesse contexto, a mudança, a criatividade e a inovação se tornam desafios profundos (SANTOS, 1995).

As mudanças e dinâmicas culturais com as quais temos que lidar nos dias de hoje se apresentam cada vez mais distintas e complexas. Os desafios de nosso tempo são amplos, e as últimas décadas expõem mudanças profundas no cenário da arte e da cultura, na ampliação dos bens e formas de consumo dos produtos, do acesso e experimentação.

Entre as novas e repentinas mudanças, nenhuma é mais significativa que as promovidas pelas tecnologias computacionais, isto é, os famigerados algoritmos e *big data*, com suas diversas e inovadoras interfaces. Nesse sentido, podemos acompanhar uma ampla entrada da tecnologia em praticamente todos os setores, seja desde a produção até a distribuição, seja da compra ao consumo, constatando que tudo está mediado pelas ferramentas digitais.

No atual cenário, causado pela pandemia, a mobilização das ferramentas digitais e o amplo uso da internet para acesso às diversas manifestações e produções artísticas se apresentam como um dos principais vetores para o desenvolvimento das políticas culturais. Em um momento em que o deslocamento e as aglomerações se tornaram inviáveis, é na internet, ou seja, no on-line, que as pessoas

ampliaram suas conexões, suas produções e, principalmente, suas formas de consumo da arte, como aponta Bastos (2020, p.11).

Impedidas de circular, a vida das pessoas passou a acontecer através das quatro linhas que recortam as telas de suas janelas, seus computadores e seus celulares. O resultado é um embaralhamento de espaço e tempo que muitas vezes havia sido atribuído à experiência das redes digitais, mas até então nunca tinha sido experimentado de forma tão ampla e intensa. Hoje em dia, ir da casa para o escritório é sair do quarto para a sala de um apartamento. Ir do trabalho ao clube deixou de depender do Uber no final de semana e tornou-se uma experiência de sair de um aplicativo e entrar em outro, no meio da tarde de terça-feira. Fazer aula de xadrez ou ginástica só depende de desligar o notebook e pegar o celular.

O que se viu foi um intenso uso das mais diversas plataformas digitais que já estavam disponíveis, o que possibilitou a aproximação entre arte e internet de maneira nunca antes experimentada. Os artistas buscaram oferecer seus trabalhos como uma inovação para o mundo digital, enquanto gestores culturais perceberam a necessidade de ampliar seus repertórios e entrar de forma determinante nas plataformas digitais.

## **2. Espaços culturais e virtualização da arte**

A virtualidade torna-se um primeiro passo para a chegada dos novos usuários e frequência em espaços da arte e da cultura. Os maiores museus brasileiros e centros culturais passaram a dar maior atenção para suas redes sociais e plataformas de divulgação on-line, interagindo e aproximando o público do seu acervo, ao garantir

acesso a exposições, apresentando bastidores e novas possibilidades de interações.

Em recente publicação, o Museu Oscar Niemeyer - MON, maior museu paranaense, registrou grande aumento de usuários e acessos em suas plataformas.

O Museu Oscar Niemeyer (MON) registrou um acréscimo de 1.200% no número de acessos à visita virtual em 3D. De 17 março a 12 de abril de 2020 foram 8.633 visitas – no mesmo período do ano passado houve 639. Na semana de 5 a 12 de abril, apenas uma das redes sociais do MON (Instagram) alcançou 121 mil visualizações, o que corresponde a 327% de aumento em relação à mesma semana de 2019, quando houve 37 mil (PARANÁ, 2020, *on-line*).

O MON, a exemplo de diversos museus do Brasil e do mundo, ampliou sua participação nas plataformas digitais e redes sociais, como *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, entre outros, e encontrou, no site/aplicativo *Google Arts & Culture*<sup>2</sup>, uma ampla plataforma digital para parceria, virtualização do seu acervo e divulgação de suas exposições.

Podemos verificar a amplitude da atuação do site/aplicativo no próprio MON, que integra a plataforma *Google Arts & Culture* desde fevereiro do ano de 2018. Até o dia de seu fechamento<sup>3</sup>,

<sup>2</sup> Lançado em 2011, o *Google Arts & Culture* é um site e aplicativo gratuito desenvolvido pelo Google para Android e iPhone (iOS) e tem parcerias com mais de 2.000 museus e instituições culturais em todo o mundo; entre eles, 60 estão no Brasil. No período de pandemia, tornou-se um dos maiores parceiros das instituições culturais e, principalmente, dos museus no processo de virtualização dos acervos e lançamento de exposições on-line.

<sup>3</sup> Em nota oficial do dia 16.03.2020, o Museu Oscar Niemeyer (MON) anunciou que, a partir

devido à pandemia da COVID-19, havia 06 exposições virtuais<sup>4</sup> compartilhadas na plataforma. Hoje, o museu já conta com 13 exposições virtuais<sup>5</sup> e tem comemorado o significativo aumento de acessos, de interações e de usuários em todas as suas plataformas. Juliana Vosnika, diretora-presidente do MON, ao comentar sobre o enfrentamento da pandemia e ações do museu, declarou:

A possibilidade de visitar o Museu Oscar Niemeyer (MON) virtualmente e fazer um tour 3D em várias de suas exposições atraiu um número 11 vezes maior de pessoas entre os dias 21 de março e 30 de junho deste ano, em comparação com o mesmo período de 2019. O aumento foi de 1.134% nos acessos (MUSEU OSCAR NIEMEYER, 2020, *on-line*).

De fato, o MON já estava presente em todas as plataformas digitais há vários anos, no entanto, a pandemia, ao obrigar o fechamento das portas do museu, acelerou o processo de digitalização de seu acervo e sua disponibilização/publicação nas plataformas digitais. Desse modo, se por um lado o museu sofre com os impactos de fechamento temporário de

do dia 17.03.2020, estaria fechado temporariamente, seguindo as recomendações do decreto estadual nº 4.230 do governo do Estado do Paraná de combate ao novo Coronavírus (MUSEU OSCAR NIEMEYER, 2020).

<sup>4</sup> São elas: *Luz ≅ Matéria*; *Ásia*: a terra, os homens, os deuses; *Nos pormenores um universo – Centenário de Vilanova Artigas*; *Irmãos Campana*; *Não está claro até que a noite caia*, da artista Juliana Stein, e *Circonjecturas*, do artista Rafael Silveira.

<sup>5</sup> Além das já citadas, passaram a integrar a plataforma: *África, Mãe de Todos Nós, O que é Original?*, de Marcelo Conrado; *Declaração de Princípios*, de Geraldo; *O Último Império*, de Serguei Maksimishin; *Man Ray em Paris*; *Antanas Sutkus: Um Olhar Livre e União Soviética Através das Câmeras*.

visitações de suas exposições, por outro, mantém um contato com seu público, rompe algumas fronteiras geográficas e começa a dialogar com novos usuários e apreciadores da arte, além de possíveis novos visitantes.

Os espaços físicos da arte e da produção artística estão fechados, mas, obrigados por esse contexto, procuram se reinventar, buscando novas metodologias e formas de se manterem conectados com o público. Assim, os museus se mantêm abertos, porém de outras maneiras, investigando métodos e formas de continuar interagindo com o público. Neste momento, o processo de virtualização dos acervos corresponde a uma medida emergencial: a transposição, para o universo on-line, de exposições construídas para habitar o mundo físico, isto é, para serem “consumidas” nos limites das paredes do museu. Entretanto, o que se observou foi uma transposição do analógico para o virtual sem uma metodologia ou linguagem específica para o novo ambiente.

Isso não significa que tal movimento seja menos importante ou ineficaz. Pelo contrário; no fundo, demonstra que gestores culturais estão, agora, assumindo as ferramentas digitais e fazendo amplo uso da internet como formas de conectar pessoas dos mais diferentes territórios nas mais diferentes circunstâncias com a arte e com o acervo da cultura. Por meio de oficinas, *streaming* e *lives*, foi possível reunir diversas instituições e artistas, os quais passaram a ocupar novos territórios, que são também novos vetores de desenvolvimento da arte.

### **3. Tendências e consolidações da relação entre arte e internet**

O crescimento significativo de exposições on-line e de visitas nas plataformas digitais, bem como o aumento exponencial da relação entre ferramentas digitais e arte, corresponde também às mudanças estruturantes da sociedade, do acesso e uso da internet, de um processo longo que parece, agora, encontrar novos desdobramentos. A cada dia que passa, novos usuários passam a acessar a internet, novas conexões e novas informações são inseridas, e mais se amplia a base de dados (LÉVY, 1999).

Em sua recente publicação, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE apresenta o documento *Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2007-2018*, demonstrando um grande crescimento de acesso da população brasileira aos serviços de internet e reconhecendo as diferenças regionais e as desigualdades sociais. A partir disso, a pesquisa demonstra que as ferramentas digitais, celulares e internet se tornaram um dos grandes pilares de produção e fruição artística (IBGE, 2019).

Ainda, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), o Brasil possuía 72 milhões de domicílios permanentes em 2018; dentre estes, a internet era utilizada em 79,1% e, em 2017, o percentual era de 74,9% dos domicílios permanentes que possuíam acesso regular à internet. Para termos noção desse impacto, em 2013, esse percentual era de 48%, o que demonstra um aumento bastante expressivo do acesso e uso da internet nos lares brasileiros nos últimos anos.

O dado mais impressionante, porém, é que, em 99,2% dos domicílios onde

havia o acesso à internet, o telefone celular era o instrumento utilizado para esse fim, ficando muito próximo de atingir a totalidade dos domicílios, sendo o principal meio de acesso à internet no país (IBGE, 2020). Os celulares, e principalmente os smartphones, popularizaram-se e se tornaram, para alguns, objetos de desejo, enquanto que, para outros, eles são utilizados para fins de trabalho. O que não se pode negar, porém, é que, para a maioria das pessoas, eles são produtos indispensáveis no cotidiano. Segundo uma pesquisa realizada em 2019 pela Fundação Getúlio Vargas, FGV-SP, 230 milhões de celulares smartphones estavam ativos no país.

O celular com acesso à internet foi caracterizado pelo professor Teixeira Coelho (2015, p.11) como um segundo cérebro, aquele ao qual recorremos em busca de informação, entretenimento e comunicação, ou seja, para basicamente toda e qualquer situação do cotidiano.

O smartphone é o segundo cérebro do homem no século 21 ou do século 21, um segundo cérebro que esse homem carrega na mão — não mais no bolso ou na sacola, como na pré-história do telefone celular, mas na mão: pode precisar dele, podemos precisar dele quando menos esperamos, é preciso sempre, literalmente, tê-lo à mão, 24 horas por dia, sete dias por semana, algo nunca antes registrado na história da tecnologia humana.

Os celulares e seus diversos aplicativos passaram a ser o local de resolução dos mais diferentes problemas. O acervo de ferramentas parece ser inesgotável, como música, texto e audiovisual, ficando ao alcance das mãos e oferecendo uma ampla e fácil possibilidade de escolha, o que coloca o aparelho móvel em enorme vantagem quando comparado a todas as outras

interfaces de acesso à internet e amplia seus usos cotidianos (YÚDICE, 2007).

É nos celulares, também, que as redes sociais encontraram seus maiores aliados. No Brasil, o *Instagram* possui 66 milhões de usuários, o *Facebook*, 130 milhões de usuários, e o *Youtube* é acessado por 95% dos usuários de internet, sendo que a cada dia parece “pipocar” uma nova função, uma nova rede social, que é cada vez mais fragmentada e direcionada ao perfil dos usuários. Observamos, portanto, que a principal função do uso dos celulares e da internet móvel permanece sendo a troca de mensagens, conforme apresentado pela *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2018*:

Dentre as atividades na Internet investigadas na TIC Domicílios, as de comunicação seguem sendo as mais realizadas pelos usuários da rede. Assim como nas últimas edições da pesquisa, o destaque ainda é o envio de mensagens instantâneas, que passou de 74%, em 2013, para 92%, em 2018 proporção que representava 116,5 milhões de brasileiros. A segunda atividade mais citada entre os usuários de Internet foi o uso de redes sociais (75%), o qual apresenta proporções estáveis há pelo menos cinco anos. Em seguida, destaca-se a realização e conversas por chamadas de voz ou vídeo, atividade de comunicação que mais cresceu nos últimos anos, passando de 54%, em 2015, para 70% dos usuários, em 2018, o que indica um aumento na ordem de 34,1 milhões – variação que também pode ser associada à difusão de aplicativos de troca de mensagens (NÚCLEO..., 2019, p.120).

O crescimento acelerado das redes sociais e a ampliação das suas esferas de atuação também correspondem aos interesses econômicos das grandes plataformas, que apresentam respostas aos interesses dos usuários. Muitas plataformas com acesso e permanência gratuitos trabalham com grande quantidade de dados dos usuários que podem ser utilizados de diversas formas. Na maioria das vezes, esse conjunto de informações é monetizado, das mais diversas maneiras, como por meio de cidades inteligentes, passando por anúncios, vendas de produtos e, até mesmo, espionagem. Essa questão abre uma ampla e importante reflexão, mas que não poderá ser explorada nesta análise, visto nosso recorte específico.

De certa forma, a pandemia também acelerou um uso ainda mais individualista da arte e da cultura, como já apontava Coelho (2019, 135) em seu trabalho, *eCultura, a utopia final: inteligência artificial e humanidades*:

As experiências culturais tendem a ser singulares ou de estreitos microgrupos: antes, uma geração inteira tinha (largamente, embora não monoliticamente) suas canções, seus livros e seus filmes em comum; hoje, a diversidade de oferta é tal que os grupos temáticos, digamos assim, veem drasticamente reduzir-se seu número de membros. Os temas comuns de conversação tornam-se mais raros. Os Estados, em todo caso os governos, precisam insistir na ideia de que não existe o um isolado, que apenas o Coletivo deve ser levado em conta, disso necessitam desesperadamente para sobreviver. Da tensão entre o grupo e o indivíduo gerada pela computação pode resultar um novo rearranjo social, com a multiplicidade de Uns espalhando-se. A onda de autoritarismo que toma conta do mundo hoje, por toda

parte, pode ser reação preventiva do conservadorismo à multiplicidade do Um associando-se a outros Uns nas redes ditas sociais.

Produzidas sob medida, as redes sociais conseguiram catalisar o interesse dos usuários que se conectam a tudo e a todos segundo seus interesses, em tempo real, rompendo fronteiras e encurtando distâncias. O combustível da economia da internet é a própria ação dos usuários, que, na maioria dos casos, nem percebem que fornecem esse valor (YÚDICE, 2007).

Entre os mais diversos exemplos do impacto recente das redes sociais no campo da arte e da cultura, talvez nenhum tenha chamado mais a atenção dos gestores culturais como o fenômeno da exposição, promovida pelo Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP), *Tarsila Popular*<sup>6</sup>. Um total de 402.850 mil pessoas visitaram as pinturas da artista modernista, tornando-se a mostra mais visitada do museu, que também bateu os recordes de visitação diária com 8.818 mil espectadores (EXPOSIÇÃO..., 2019). As redes sociais, nesse período, foram povoadas por *selfies* e publicações sobre a artista e suas obras. Na mesma proporção que as publicações e *hashtags* se ampliavam, as filas, seja para entrada do museu, ou para fotografar a obra mais renomada da artista, *Abaporu* (1928), também aumentavam.

Marcar presença, registrar, postar a *selfie*, compartilhar etc. Os motivos são diversos, porém o fato é que a exposição *Tarsila Popular* é um marco para entender como as redes sociais estão mudando a experiência de ir aos

<sup>6</sup> Lançada em 5 de abril de 2019, com curadoria de Adriano Pedrosa, diretor artístico, MASP. Fernando Oliva, curador, MASP, reuniu 92 obras de Tarsila do Amaral que ficaram em exposição até o dia 28 de julho de 2019.

museus, de experimentar a arte, de vivenciar a cultura. Por sua vez, as *selfies* se tornaram uma nova forma de aproximação do público com as obras.

Desse modo, o ponto de partida não pode ser o de que essa aproximação ou experimentação seja puramente superficial, o que seria um erro para qualquer gestor cultural. Ao postar essas fotos, tanto o campo da arte pode ser ampliado, quanto novos apreciadores podem ser alcançados, além de que promove a ampliação dos espaços de debates, troca de ideias e experiências por meio de campos de comentários e nas já conhecidas e experimentadas *Threads* no *Twitter*.

#### 4. Nem tudo está no virtual

As tecnologias computacionais são o presente e o futuro, as quais nos colocam diante de uma mudança potente e nunca antes observada. Diante do mundo tecnológico e de seus produtos e experiências (ainda que não disponível em sua plenitude para todas as classes sociais), praticamente toda a sociedade se vê inserida no mundo digital, e com um celular na mão.

O processo impactante da virtualização da arte e da cultura, que visivelmente foi acelerado durante a pandemia da COVID-19, também carrega em si a necessidade de reflexões mais profundas, como a do simbólico, que não pode ser apreendido imediatamente, bem como de experiências internas, sensações e sentimentos.

Ir além, refletir sobre os impactos simbólicos para produção e para o consumo da arte, é uma condição necessária. Se as formas e relacionamentos estão se modificando, é porque existem certas tensões nesse processo, as quais fazem com que novos significados sejam construídos, por isso é preciso entender as sensibilidades, as

nuances que envolvem a vivência da arte, mesmo em tempos tão complicados, conforme artigo publicado por Scott (2020, *on-line*) para o *New York Times*, de 21 março 2020.

Muita discussão sobre o impacto do coronavírus nas artes se concentrou na economia, nos efeitos terríveis nas receitas de bilheteria e nos modelos de negócios e em nossos papéis como trabalhadores e consumidores. Um mercado vibrante foi fechado; indústrias enfrentam devastação. Ao mesmo tempo, nossos hábitos de consumo cultural nos conectam a um mundo atávico de rituais, uma maneira de ser que o dinheiro nunca pôde explicar. Os fãs de música que vão para o festival de Coachella e os cinéfilos que desembarcam em Cannes refazem antigos rituais de peregrinação. As bandas em turnê carregam a memória de trovadores e acrobatas<sup>3</sup> itinerantes que vão de cidade em cidade, atuando em palcos improvisados na praça da vila. Uma casa de cinema é como uma casa de culto: algumas congregações insistem em uma contemplação silenciosa.

Vivenciar o ambiente físico da arte, isto é, os espaços físicos, a cidade e o local, também é traço determinante e necessário para uma apreensão ampla e significativa da arte e da cultura. Precisamos avançar, conhecer de forma mais profunda os impactos e possíveis perdas (se é que teremos) resultantes da virtualização da arte, e caberá ao gestor cultural ponderar tais questões, tendo em vista que a vivência no espaço é fundamental para uma experiência completa da cultura, levando em consideração o seguinte do pressuposto:

A arte é uma maneira de conhecer, de ver e sentir, as fronteiras que separam o trabalho do lazer, o sagrado do secular, o comum do

exaltado, a passividade da ação, a vida da morte. Torna-nos testemunhas e participantes na passagem dessas fronteiras e, ao fazê-lo, torna visíveis e permeáveis as fronteiras entre nossos seres individuais e comunitários. Estamos sozinhos na escuridão do teatro ou na luz do museu, e também juntos (SCOTT, 2020, *on-line*).

Assumir as ferramentas digitais não significa abandonar antigas formas, mas sim encontrar possibilidades de diálogos. Se os rompimentos são necessários, é preciso encontrar alternativas que possam equilibrar e construir caminhos para uma nova forma de vivência e experimentação da arte.

### Considerações finais

Estamos diante de um momento peculiar, o qual oferece um desafio dos mais complexos para os gestores culturais: nunca antes estivemos tão conectados e nunca antes havíamos precisado tanto das tecnologias e das redes de internet para resolução dos mais simples aos mais complexos dos nossos problemas cotidianos.

O digital, principalmente no momento de pandemia, apresenta-se como uma solução e alternativa para as impossibilidades do convívio social, mas, acima de tudo, como uma aceleração da inovação: o “mundo virtual” e o “mundo real” não competem, nem são equivalentes, mas podem ser e se tornar complementares diante das experiências possíveis em um mundo cada dia mais conectado e, por isso, também mais incerto.

O interesse pelas ferramentas tecnológicas e aplicações no cotidiano deve ser um princípio básico da gestão cultural inovadora, condição básica e essencial para o nosso tempo, tendo em vista que, em outras áreas das políticas

públicas, já são amplamente disseminadas e usadas cotidianamente em praticamente todas as faixas etárias, principalmente entre as novas gerações que “já nascem letradas” nas tecnologias de smartphones.

Desse modo, evidenciamos uma mudança ainda mais ampla nas formas de consumo e experimentação da arte e da cultura, seja pela ampliação das plataformas e possibilidades que os aplicativos e as diversas ferramentas digitais criaram, seja pela nova forma de interação nas redes. Portanto, ao mesmo tempo que se consome produtos culturais, estes são produzidos e distribuídos mediante processos colaborativos com certa facilidade, processo tal que já vislumbrávamos, mas que foi acelerado pela pandemia.

### Referências

AGÊNCIA BRASIL. *Organização Mundial da Saúde declara pandemia de coronavírus*, Brasília, 11mar. 2020. Notícia disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/20-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em: 10 ago. 2020.

BASTOS, M. *Através da Janela: vídeo online em dias de tempos e espaços desarticulados*. Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, São Paulo, abr. 2020, p. 1-11. Disponível em: <http://www.ica.usp.br/publicacoes/ensaios/atraves-da-janela-video-online-em-dias-de-tempos-e-espacos-desarticulados>. Acesso em: 18 nov. 2020.

COELHO, T. *Com o cérebro na mão: no século que se gosta de si mesmo*. São Paulo: Iluminuras/Observatório Itaú Cultural, 2015.

COELHO, T. *eCultura, a utopia final: inteligência artificial e humanidades*. São Paulo: Iluminuras/Observatório Itaú Cultural, 2019.

EXPOSIÇÃO de Tarsila do Amaral no Masp bate recorde histórico. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 30 jul. 2019. Artes. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/artes,exp>

[osicao-de-tarsila-do-amaral-no-masp-bate-recorde-historico,70002947081](#) .Acesso em: 10 ago. 2020.

IBGE (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA). Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2018 - Rio de Janeiro IBGE, 2020.

IBGE (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA). Coordenação de População e Indicadores Sociais. *Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018*. IBGE: Rio de Janeiro, 2019.

LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MUSEU OSCAR NIEMEYER (MON). **Acesso às visitas em exposições 3D do MON mantém crescimento superior a 1.100%**. *Museu Oscar Niemeyer*, Curitiba, 10 jul. 2020. Notícias. Disponível em: <https://museuoscarniemeyer.org.br/noticias/2020/07/10/virtual> . Acesso em: 14 ago. 2020.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (org.). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios (2018)*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/12225>

[320191028-tic\\_dom\\_2018\\_livro\\_eletronico.pdf](#). Acesso em: 10 ago. 2020.

PARANÁ. Secretaria da Comunicação Social e da Cultura. **Visitas virtuais ao Museu Oscar Niemeyer aumentam 1.200%**. *Comunicação*, Curitiba, 20 abr. de 2020. Disponível em: <http://www.comunicacao.pr.gov.br/Noticia/Visitas-virtuais-ao-Museu-Oscar-Niemeyer-aumentam-1200> . Acesso em: 27 abr. 2020.

SANTOS, B. de S. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1995.

SCOTT, A. O. **O que acontece quando perdemos a arte que nos mantém juntos?** *O Globo*. (publicação original em inglês no *The New York Times* em 21 mar. 2020), Rio de Janeiro, 23 mar. 2020. Cultura. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/o-que-acontece-quando-perdemos-arte-que-nos-une-24322410>. Acesso em: 10 ago. 2020.

YÚDICE, G. **Os desafios do novo cenário midiático para as políticas públicas**. *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 20, jan./jun. 2016, p. 87-113. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/revista-observatorio-ic-n-20>. Acesso em: 10 ago. 2020.

Recebido em 2021-05-07  
Publicado em 2022-01-01