



Blog “Milhazes no MAES – Museu de Artes do Espírito Santo”: Arte e Sensibilidade Na Rede.¹

Lanny Ré LUBE²

Hid SAIB³

Maria Aparecida Torrecillas ABREU⁴

Centro Universitário Vila Velha, Vila Velha, ES

RESUMO

O Blog “Milhazes no Maes” foi criado para expandir a experiência do público com a exposição “Beatriz Milhazes – Gravuras” realizada entre junho e agosto de 2010 no Museu de Artes do Espírito Santo – Dionísio Del Santo – MAES. O objetivo da ação era aproximar o museu do grande público, muitas vezes não familiarizado com o universo artístico, de forma a levar a exposição para além das paredes do museu.

PALAVRAS-CHAVE: Exposição; Museu; Blog;

INTRODUÇÃO

O Museu de Artes do Espírito Santo Dionísio Del Santo (Maes), localizado no Centro de Vitória (ES), recebe várias exposições de grandes artistas nacionais e internacionais, tendo se tornado, nos últimos anos, um dos espaços privilegiados de vivência do público com o universo artístico. Mostras de destaque tiveram lugar no MAES, com artistas como Andy Wahrol, Rembrandt, Tarsila do Amaral e outros. Apesar da relevância da entidade no cenário cultural capixaba, o museu sofre com uma relativa desinformação do grande público quanto ao seu representativo papel na vida cultural do estado. Muitos capixabas desconhecem, inclusive, a existência da instituição, principalmente os jovens.

Assim, em 2010, foi realizada uma parceria com um grupo de alunos do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Vila Velha, em que essa preocupação em expandir o museu para além de suas paredes seria colocada em prática por meio da utilização mais intensa da internet e das redes sociais, no acompanhamento da exposição

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial, modalidade blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social, email: lanny@terra.com.br.

³ Recém-formado do Curso Comunicação Social – habilitado em publicidade e propaganda, email: hid@hidsaib.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, email: aparecida@uvv.br.



“Beatriz Milhazes: gravuras”. Apesar de uma primeira experiência com um blog institucional da entidade, essa seria a primeira oportunidade de uso mais abrangente do mundo virtual na expansão da relação do público com uma exposição específica. Com a coordenação e orientação de uma professora do curso, a equipe elaborou e colocou no ar um blog, um canal do You Tube e um perfil no Twitter, para a ação que acompanhou todo o período da exposição.

A ideia era revelar para o público, inclusive, os bastidores da montagem da exposição, expondo etapas que são, normalmente, desconhecidas do grande público, como a participação do curador na decisão de disposição das peças no espaço, a montagem das obras por empresa especializada, a instalação da iluminação, etc. Dessa forma, propôs-se uma experiência mais intensa do público com o museu, com o intuito de despertar um sentimento de pertencimento das pessoas, mesmo as menos familiarizadas com esse universo, com as atividades do MAES.

2 OBJETIVO

O objetivo deste artigo é apresentar a ação on-line que ficou denominada como “Milhazes no MAES”, composta por blog e perfil no Twitter, além de vídeos e atividades interativas com o público durante a exposição “Beatriz Milhazes: Gravuras” que aconteceu no Museu de Artes do Espírito Santo Dionísio Del Santo (Maes), no período de junho a agosto de 2010.

3 JUSTIFICATIVA

O papel do museu, nos últimos anos, vem se transformando em todo o mundo, de forma a representar mais adequadamente as mudanças conceituais no universo das artes, assim como as relações entre artista e público. Principalmente após o advento da internet, observa-se uma mudança profunda nesse cenário, caracterizando-se fortemente pela necessidade de maior interatividade entre obra e espectador. Esse último, acostumado com o mundo descentralizado e democrático da internet, cada vez mais se sente pouco à vontade com ambientes assépticos como os dos museus tradicionais.



“Como pensar, hoje, espaços proibidos, onde os avisos de não tocar, fazer silêncio, não pisar, não entrar colocam a impossibilidade de partilhar fisicamente a obra do artista? A palavra-chave para o próximo milênio é interatividade.” (ASCOTT, 1997).

Nessa perspectiva, os museus vêm oferecendo seus acervos para acesso em qualquer parte do planeta, por meio do ambiente da internet, contribuindo para abolir, de certa forma, o caráter hierárquico que se estabelece na relação público e instituição expositiva. Em última instância, o mundo virtual contribui para a dessacralização do espaço de apresentação do objeto artístico, muitas vezes intimidador, permitindo que pessoas que nunca pisaram num museu tenham contato com a arte.

Nesse contexto, o Museu de Artes do Espírito Santo Dionísio Del Santo (Maes) se dispôs a se inserir com mais ênfase no ambiente das redes digitais da net, para a ampliação da vivência do público com as obras da artista Beatriz Milhazes, durante a exposição de suas gravuras, de junho a agosto de 2010. Para tanto, abriu um importante espaço para uma parceria com uma instituição privada de ensino superior, relacionamento inédito em sua trajetória, já que até aquele momento o Maes só havia instituído parcerias com a Universidade Federal do Espírito Santo.

A ação, dessa maneira, se destaca pela extrema importância de ter aberto espaço para a participação de alunos de Publicidade e Propaganda da UVV, sendo que foi essa a primeira vez que o curso se envolveu numa atividade com o Maes. A experiência revelou aos alunos um universo diverso do que até ali haviam vivenciado, abrindo a preciosa oportunidade de refletir sobre questões da arte, articulando-as com questões da comunicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Devido a uma experiência de parceria anterior com o Maes, a professora do Curso de Publicidade e Propaganda, Maria Aparecida Torrecillas Abreu, foi contatada pelo muesu sobre a proposta de que alunos do curso elaborassem um projeto on-line que acompanharia a exposição “Beatriz Milhazes: gravuras”. Levando a proposta para um grupo de alunos, iniciou-se o processo de criação com várias reuniões com a equipe do Maes, de forma a se chegar a um formato e a ações que atendessem às demandas apresentadas.



A repetição constante da expressão “museu vivo” pela direção do museu, levou a equipe a refletir sobre como construir uma ação que levasse a entidade de forma mais lúdica e atraente para o grande público.

Após reunir as informações e organizá-las, o grupo optou por utilizar o máximo de recursos possíveis do meio virtual, pois “[...] a internet, sem dúvida, é um meio poderoso de divulgação que ainda cresce a cada dia” (Cesar, 2006). Dessa forma, decidimos criar um perfil no Twitter, dias antes da abertura da exposição, para interagir com o público por meio de teasers.⁵

Esse teaser se configurou num vídeo, que apresentava unidades das obras de Beatriz representadas em imagens presentes no cotidiano, com várias cores e formas. Os lettering instigavam a curiosidade do público com as chamadas para “Mil cores”, “Mil luzes” e “Mil motivos para ir”, finalizando com a data “01 de junho de 2010”. Esse vídeo foi veiculado em um canal aberto especialmente para essa ação no You Tube, o museuMAES (<http://www.youtube.com/user/museuMAES>), quatro dias antes da abertura da exposição.

Três dias antes da abertura da exposição, foi feita a divulgação do blog, que já estava com as informações a respeito da artista, suas obras e um convite para o evento de abertura da exposição. Além disso, durante esse período, foram divulgadas imagens da chegada das obras e recepção pela equipe do museu, imagens da organização das obras nos espaços, feita pelo curador da mostra, Ivo Mesquita, um vídeo-clip com imagens da montagem das peças nas paredes, feita por uma empresa terceirizada e a montagem da iluminação.

Também foram transformadas em pequenos vídeos, a ação de mediação feita pela própria artista e pelo curador junto à equipe de monitores do museu e a palestra realizada pela dupla no auditório da instituição, sendo que essa última atividade também foi transmitida ao vivo pelo site da Rede Cultura Jovem, projeto ligado à Secretaria de Estado da Cultura.

Pensando em como “[...] a internet diminui drasticamente a distância entre as pessoas” (Sant’Anna, 2009), na noite em que ocorreu o vernissage fizemos uma transmissão ao vivo,

⁵ “O teaser é um anúncio que tem por função provocar a curiosidade do consumidor” (Figueiredo, 2005).



na home do blog. As pessoas que não puderam ir pessoalmente conferiram tudo que se passava. O vernissage foi aberto ao público, estiveram presentes a própria artista, o governador do Espírito Santo, o curador Ivo Mesquita, entre outros.

Durante todo o período da exposição, o blog foi alimentado de diversos conteúdos relacionados à artista e à sua obra, depoimentos de visitantes e da equipe do museu, clips da imprensa, cobertura das ações de arte-educação e posts de materiais educacionais (catálogos, cadernos, etc.). A equipe ficou responsável pela postagem diária no microblog Twitter de informações sobre as atualizações do blog e as atividades que aconteciam no Maes durante o período.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A exposição “Beatriz Milhazes - gravuras” ocorreu de 1º de junho a 29 de agosto de 2010 e exibiu 17 obras da artista.

Pensando em como as obras de Beatriz são coloridas, vibrantes e cheias de formas, a ideia para a estrutura visual do blog foi toda voltada para a utilização de elementos que fizessem referência a componentes das obras expostas. Tínhamos uma preocupação quanto à utilização de cores, pois,

“O emprego das cores é diferente nas artes e na comunicação social. O artista é absolutamente livre para se expressar, pois só tem o compromisso com sua verdade interna. A arte fala através da linguagem que lhe convém, não precisa ser coerente com a realidade. Na comunicação, a cor tem uma função bem definida e específica, deve ajudar na clareza da mensagem a ser transmitida” (Tiski-Franckowiak, 1997).

Dessa forma, decidimos trabalhar com um layout mais harmonioso e sem cores contrastantes. Uma obra que estava exposta era escolhida e dela retirávamos uma unidade visual, esta era adaptada e era levemente escurecida, para diminuir a ‘vibração’ da cor, ao cabeçalho. A cor mais presente na obra era aplicada ao background da página, pois,

“Sobre o individuo que recebe a comunicação visual, a cor exerce uma ação tríplice: a de impressionar, a de expressar e a de construir. A cor é vista: impressiona a retina. E sentida: provoca uma emoção. E é construtiva, pois, tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem própria que comunique uma ideia” (Farina, 2006).



Cada mês, uma obra diferente era escolhida e o blog era modificado.

A diagramação do blog foi organizada de modo que o leitor identificasse rapidamente as informações publicadas.

“O primeiro e mais importante conceito quando se fala em diagramação é que ela não consiste simplesmente na distribuição dos elementos (...). Diagramar é hierarquizar informações. Trata-se da escolha do que é mais importante ou do que desejamos que o consumidor veja primeiro” (Figueiredo, 2005).

O blog foi composto pelas seguintes seções, sendo que cada uma ocupou uma aba específica:

- Início: página principal de divulgação dos eventos no período da exposição, com vídeos dos encontros de arte-educação e roda de conversa, fotos e programações. Ações que aconteciam no museu eram transmitidas ao vivo, nessa página, tais como oficina de stencil-art em que um grupo de rapazes, artista de rua e integrantes do Instituto TamoJunto, ensinaram a arte urbana através do grafite para alunos de desenho industrial da UFES. O “Maes e a arte urbana”, que foi grafite ao vivo com a turma do desenho industrial e os rapazes do TamoJunto, colorindo placas de madeirite ao lado do museu. E o próprio vernissage.

- Exposição: página com depoimentos de Beatriz Milhazes, Paulo Hartung (ex-governador do estado), Dayse Lemos (secretária de cultura do Espírito Santo), Erlon J. Paschoal (subsecretário de cultura do estado), Ivo Mesquita (curador da exposição de Beatriz Milhazes: Gravuras no Maes), Juliana Ripoli (assistente de curadoria), Leila Horta (diretora do Maes) e Ana Luiza Bringunte (coordenadora de arte-educação no Maes) a respeito da exposição. Depoimentos que foram gravados pela nossa equipe, editados e postados na seção.

- Making of: nessa página, o leitor encontra todo o processo de montagem da exposição, desde as obras chegando até o momento da montagem. Em vídeo, mediação da artista na exposição, com a presença de toda a equipe do Maes. Beatriz descrevendo, em detalhes, como transcorreu a produção das peças e respondendo a diversas curiosidades dos



presentes, como a escolha dos títulos das gravuras. Também, em vídeo, a palestra de Beatriz Milhazes e Ivo Mesquita.

- Notícias: nossa equipe estava sempre atenta para toda matéria publicada nos meios de comunicação. Nessa seção do blog, estão disponíveis notícias veiculadas a respeito da exposição, da artista e de suas obras.

- Mil Artes: durante o período da exposição o blog trazia ações, desenvolvidas pela equipe, para interagir com o leitor. Uma delas foi a “Mil Artes” que visava a interação do público com o blog. “Sempre que se fala de internet, fala-se automaticamente de interatividade [...]” (Sant’Anna, 2009). As pessoas podiam postar material pesquisado, a respeito de artistas e da arte contemporânea.

- Mil Olhares: durante o período de exposição, nossa equipe fazia entrevistas em vídeo com os visitantes e, a partir daí, surgiu a ação “Mil Olhares”. As entrevistas eram coletadas, editadas e publicadas no blog em forma de ‘vídeos virais’. Logo que o vídeo era postado, um e-mail era enviado para o entrevistado para que este pudesse divulgá-lo.

Através da ação “Mil Olhares”, criamos um vídeo que contava uma história fictícia e, nessa história, as 17 obras foram o tema. O vídeo “17 gravuras com muitas histórias” foi exibido nas sessões noturnas durante uma semana no Cine Metrôpoles, na Ufes.

- Mil Escritos: focando na ideia do “Mil Olhares” criamos a ação “Mil Escritos”. Esta promovia o envio de textos, pelo público, falando a respeito de arte contemporânea.

- Informações: página com as informações necessárias a respeito de horários, telefones, endereço do museu e período da exposição.

Na estrutura do blog, o leitor encontrava uma barra lateral, com informações a respeito da equipe de comunicação online, uma caixa para inserir e-mail e receber atualizações do blog, um TweetBox do perfil @MAES_a_mil, downloads dos folders educativos “Olhar Maes - Dionísio Del Santo” e “Olhar Maes - Beatriz Milhazes”, vídeo a respeito da exposição anterior “Rembrandt e a arte da gravura”, um cronograma educacional, link para agendar visitas, seguidores, arquivos e muito mais.



No final da página, estavam as logos dos realizadores, tais como do Maes, Secretaria de Cultura, Pinacoteca do Estado de São Paulo, entre outros.

Com o crescimento do blog, em uma palestra de arte e educação, uma professora contatou nossa equipe para apresentar um trabalho feito por ela e seus alunos. Neiva, professora de uma escola estadual no interior do estado, apaixonada pela exposição de Beatriz, levou seus alunos em uma excursão pelo museu. Após a excursão, os alunos voltaram para a escola e lá fizeram suas “obras de arte” através da releitura dos quadros de Beatriz. Esse trabalho foi todo registrado e publicado no blog.

6 CONSIDERAÇÕES

Com a conclusão do projeto, os alunos puderam perceber como é de grande importância uma instituição como o Maes estar ligada ao seu público através do meio virtual. Sob a perspectiva da comunicação, o blog teve grande sucesso, tendo sido visitado diariamente por pessoas do Brasil todo e até do exterior, enquanto o Twitter ganhou mais de 900 seguidores.

A experiência, de três meses de geração diária de produtos de divulgação da exposição, levou o grupo de alunos a compreender melhor, em última instância, como se constrói a imagem de uma instituição frente a seus diversos públicos.

Um grande ganho para os alunos também foi a ampliação de conhecimentos quanto à arte contemporânea, um universo até ali bastante distante da vivência do grupo.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASCOTT, Roy. Cultivando o hipercórtex. In: DOMINGUES, Diana (org.). **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: UNESP, 1997.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 8. ed. Brasília: SENAC, 2006.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria-técnica-prática**. 8. ed. rev. e atual. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: E. Blücher, 2006.

TISKI-FRANCKOWIAK, Irene T. **Homem, comunicação e cor**. 3. ed. São Paulo: Ícone, 1997.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra**. São Paulo: Thomson, 2005.