REVISTA DA FUNDARTE
ANO 21
NÚMERO 47
OUTUBRO A DEZEMBRO DE 2021
FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE ARTES DE MONTENEGRO
arte educação E PERFORMANCE

INSTAGRAM NA ARTE: AS RELAÇÕES SOCIAIS ENTRE ARTISTA E PÚBLICO

Janaina Souza Lira da Conceição
Universidade Federal de Pelotas - UFPel
Vitoria Souza Lira da Conceição
Universidade Federal de Pelotas - UFPel

Resumo: Este artigo tem como finalidade explorar as potencialidades do Instagram no Brasil. Nesta análise, foram coletadas opiniões de usuários, assim como, visualizações de perfis de artistas e a interação que acontece entre eles e público. O Instagram conta com recursos de visualização artística para museus e exposições de arte, sendo um divulgador direto e um disseminador de conhecimento, pois através de tutoriais e workshops, postados pelos artistas, em seus perfis, os usuários aprendem novas técnicas. Constatou-se, porém, que o Instagram tem relevância na divulgação de artistas, mas o resultado não é o mesmo, no tocante a museus e exposições de arte, devido, talvez, à falta de costume do usuário ou desconhecimento do assunto.

Palavras-chave: Instagram; Arte; Redes sociais.

INSTAGRAM IN ART: SOCIAL RELATIONS BETWEEN ARTIST AND PUBLIC

Abstract: This article aims to explore the potential of Instagram in Brazil. In this analysis, users' opinions were collected, as well as views of artist profiles and the interaction that takes place between them and the audience. Instagram has artistic visualization resources for museums and art exhibitions, being a direct disseminator and disseminator of knowledge, because through tutorials and workshops, posted by the artists on their profiles, users learn new techniques. It was found, however, that Instagram is relevant in the dissemination of artists, but the result is not the same with regard to museums and art exhibitions, perhaps due to the user's lack of custom or lack of knowledge on the subject.

Key-Words: Instagram; Art; Social Media.

Introdução

Esse estudo parte do pressuposto de que o uso da tecnologia facilitou, em muitos aspectos, as tarefas do dia a dia e, atualmente, ela possibilita o alcance ao mundo globalizado. Com o acesso à internet, é possível fazer contato com pessoas de todas as partes do mundo e interagir com pessoas de diferentes países e culturas.

Com os avanços tecnológicos, seria inevitável que também se produzissem formas para que as interações, através do computador, tivessem espaço próprio

para acontecer. Com isso, foram criadas as redes sociais, onde é possível comentar e compartilhar qualquer informação. Elas trazem para os usuários uma variedade de opções, que foram se transformando e se atualizando ao longo dos anos, desde a criação da primeira rede.

Como resumo das possibilidades, nessas redes sociais, é possível a participação do público no conteúdo publicado em forma de comentários e compartilhamentos, na compra de produtos de lojas virtuais, entre outras aplicações. Isso altera o que conhecemos como relacionamento.

O Instagram, conceitualmente, estreitou as relações entre público, artistas e a própria arte. O artista pode, de forma síncrona, avaliar como a sua arte impacta o público e, dessa forma, trabalhar estratégias para melhor utilizar a ferramenta para se aproximar e incluir o público nessa relação desenhada pelas redes sociais.

Hoje é possível ver através dos perfis de usuários e das interações que estes fazem nas redes e, em especial, no Instagram, que o contato do artista com o público está mais direto. Esse ambiente criou um novo tipo de usuário, um perfil mais interativo, opinativo e que colabora com o que está exposto na rede, pois diferentemente das galerias e exposições formais, em que o público apenas observa, no Instagram ele faz parte, é integrante de tudo que está acontecendo. Interage com o artista e com outros usuários. É ativo nessa formação de conhecimento.

Dentro desse contexto, o Instagram foi se destacando como uma rede de compartilhamento, inicialmente, de fotos e mais tarde de vídeos e lives. Dessa forma, muitos artistas passaram a utilizá-lo como ferramenta de divulgação, disseminação e compartilhamento das suas rotinas como artista e seu ateliê, compartilhando com o público seus processos criativos e invocando-o para participar desses momentos, seja por meio de lives participativas ou de enquetes.

> A força motriz de todos os processos de mudança sempre foi a popularização da arte, independente da forma assumida por ela - ampliando o papel do artista para o consumidor, transformando obras em produtos, criando interlocuções entre arte e cotidiano, aproximando-a da vida comum e deslocando-a para outros tempos e espaços. Nesse novo ambiente fluido, em constante construção e não limitado aos espaços

> físicos, assegura-se o espetáculo, que é acessível - qualquer um pode e é convidado a fazer parte dele. (CARVALHO e BAIRON, 2020, p 04).

Portanto, as redes sociais constituem um grande avanço na maneira de se produzir arte, de interagir e de conhecer o público, tendo-se acesso a variado conteúdo. Dessa maneira, pelo Instagram, o público pôde facilmente ter acesso a um completo acervo de obras de arte, postado por museus e artistas, tendo sido possível contribuir e absorver conhecimento acerca do artista, da instituição ou da obra.

Esse artigo se justifica pelo interesse de se estudar a maneira como o conceito Instagram modificou a forma de interação entre artistas e público e o impacto dessa rede social no grande público, para que se pudesse absorver e desenvolver o interesse pelas artes. Busca fazer um elo sobre a facilidade de aproximação entre o criador e o público, com a desmistificação do fazer artístico e, consequentemente, a democratização da arte.

Isso facilita que um determinado público, que em situações normais não teria acesso, possa acessar esse conteúdo, interagir e se interessar por esse universo artístico que, por muitos anos foi altamente elitizado; tanto na escolha de quem pode fazer arte, como também, quem pode acessá-la.

> [...] esses novos recursos expositivos possuem um lado positivo, visto que abrem margem para que um público mais amplo se interesse pela esfera artística, espaço historicamente reservado, exclusivamente, para as elites culturais. (AMANDA THOMSEN apud SANTAELLA, 2019, p. 20).

O Instagram, com o seu crescimento, permitiu que muitos tipos de usuários pudessem ter acesso à arte e com esta facilidade que a plataforma atribui para seus usuários, muitos museus foram para esta rede social, colocando recursos novos para atrair mais usuários de arte.

O presente artigo tem como objetivo identificar a intervenção da plataforma Instagram na comunicação do artista com o público; tais como descrever como a ferramenta foi importante para que artistas iniciantes e anônimos pudessem divulgar seus trabalhos e atingir um público específico; examinar como o Instagram auxiliou na democratização da arte, como ferramenta, contribuindo para o acesso virtual a

museus importantes nacionais.

Revisão de Literatura/Revisão bibliográfica (ou título específico)

O que é o Instagram

Segundo Penha Élida Ghiotto Tuão Ramos e Analice de Oliveira Martin (2018, 119) O Instagram foi criado por dois engenheiros: o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. Segundo os desenvolvedores, a intenção de criar o Instagram era fazer homenagem à câmera polaroid, onde as fotos poderiam ser vistas na hora do disparo.

Os desenvolvedores, que desejavam que o Instagram fosse uma nova câmera, embutiram um editor de imagem no programa, para que os funcionários pudessem editar suas imagens e colocar efeitos nela. O uso do Instagram passou a não ser somente um meio para fotografar e sim, para compartilhar imagens e vídeos.

O Instagram se tornou um meio de socializar com outras pessoas, pois através do aplicativo, agora se pode curtir, comentar as imagens postadas pelas pessoas e também mandar mensagens para outros usuários.

Dois anos depois do lançamento, o Instagram já tinha mais de 100 milhões de usuários e atualmente o aplicativo possui mais de 1 bilhão de usuários ativos.

De acordo com o site Statista (2021), foi feita uma lista dos países que mais usaram o Instagram no começo de 2021, como mostrado no gráfico 01:

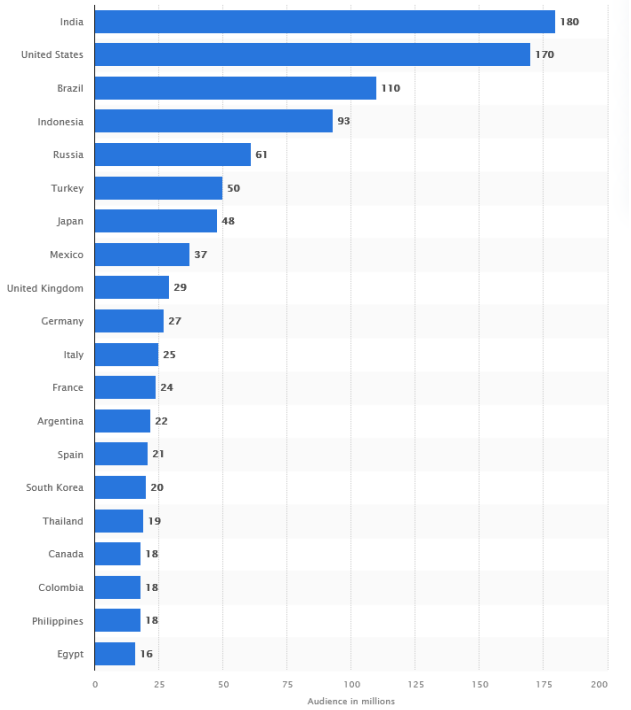


Gráfico 01 - Usuários do Instagram (Fonte dos dados: https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/)

Em 2019, foi feita uma pesquisa para mostrar qual é a rede social preferida entre usuários e, de acordo com Cuponation (2019), o Instagram foi a rede social mais usada entre as mais populares, como mostra o gráfico abaixo, que apresenta as porcentagens de popularidade entre os usuários brasileiros, tendo o Instagram 47,96% de preferência, conforme gráfico 02 abaixo:

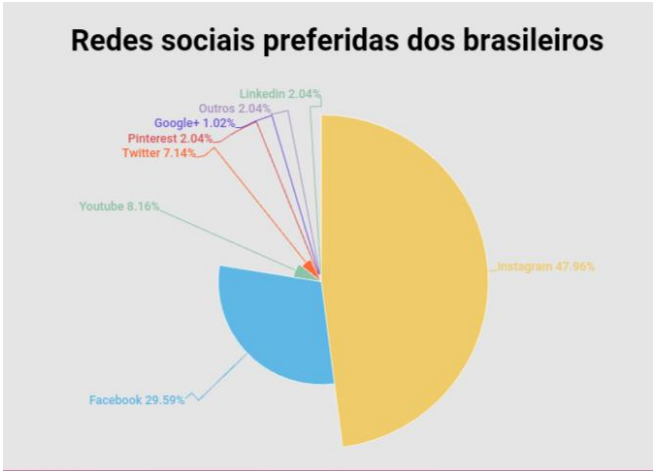


Gráfico 02 - Redes Sociais Preferidas (Fonte: https://www.cuponation.com.br/insights/instagram-2019)

Arte contemporânea

A arte contemporânea, que surgiu em meados da década de 60, trouxe novas orientações artísticas, utilizando meios diversos para se expressar. Esse movimento articula diferentes linguagens, como literatura, dança, fotografia, vídeo arte, música, pintura, escultura, dança, teatro, literatura, entre outras formas de expressão, desafiando, dessa forma todo o sistema de validação do que poderia não ser considerado arte.

> Como se sabe, a arte contemporânea trabalha com várias linguagens diferentes, rompendo com as amarras estéticas do passado e constituindo um universo em constante expansão." Dessa forma os movimentos artísticos se apropriam de novas maneiras de fazer arte, utilizando meios que inicialmente não foram projetados para os fins artísticos, mas que são poderosas ferramentas de comunicação, como por exemplo os meios digitais. (ROBERTO e BOHNS, 2016, p. 02).

Segundo Roberto e Bohns (2016, p. 35), "O artista busca se apropriar de tecnologias mecânicas, audiovisuais, eletrônicas e digitais numa perspectiva inovadora, fazendo-as trabalhar em benefício de suas ideias estéticas."

> A cena contemporânea - que se esboça num mercado internacionalizado das novas mídias e tecnologias e de variados atores sociais que aliam política e subjetividade (negros, mulheres, homossexuais etc.) - explode os enquadramentos sociais e artísticos do modernismo, abrindo-se a experiências culturais díspares. As novas orientações artísticas, apesar de distintas, partilham um espírito comum: são, cada qual a seu modo, tentativas de dirigir a arte às coisas do mundo, à natureza, à realidade urbana e ao mundo da tecnologia. (ITÁU CULTURAL, 2018).

Além da liberdade criativa, a arte contemporânea, em posse dos meios tecnológicos e digitais, também possibilitou que outros grupos sociais de artistas pudessem ter voz ativa e poder comunicativo.

O avanço da arte digital

De acordo com *Gestão Educacional* (2019), a arte digital teve o seu início com a era digital e propiciou novas vertentes para a arte contemporânea. Foi o início

de uma produção artística jamais vista, em que instrumentos tecnológicos faziam parte da obra.

Atualmente, a arte se mistura com o dia a dia. Foi criada uma outra maneira de perceber as manifestações artísticas, abrindo espaço para que diversos artistas que produzem em suportes variados, como é o caso do artista visual Goru Fujita, que utiliza os meios digitais para expor os seus trabalhos artísticos, produzidos em 2D e 3D. Fujita é um exemplo de artista contemporâneo que utiliza as mais variadas formas de arte digital.

> Considera-se arte digital qualquer tipo de manifestação artística produzida através de meios eletrônicos, como o uso de softwares e hardwares avançados que permitem a criação, a edição, o redimensionamento e outras modificações dentro do ambiente virtual. As artes digitais se dividem em várias categorias, entre elas, a web art, as pinturas, modelagens, fotografias, animações e vídeos digitais. Os resultados podem ser impressos em um suporte 2D ou objeto 3D, ou serem vistos no próprio ambiente de criação. (MENDONÇA, 2016).

As imagens digitais propiciam que uma maior variedade de pessoas possa ter acesso a obras e artistas que produzem nos mais diversos formatos, sobre os mais amplos materiais. Essas imagens são compartilhadas nos meios digitais, possibilitando amplo acesso, o que em ambientes formais não seria possível. Essa ampliação modificou a forma como artistas produzem e divulgam, tornando acessíveis suas obras, uma vez que uma nova parcela do público tem acesso.

A função comunicacional do Instagram

Dentro desse contexto, situa-se a atuação do Instagram como uma plataforma aglutinadora, que centraliza, não apenas, a arte contemporânea, como também possibilita o uso da tecnologia para criação, compartilhamento e divulgação de material artístico; fazendo com que o criador se comunique de maneira eficiente com grupos variados.

Ainda sobre os processos comunicacionais, permeados pelas redes sociais, é possível perceber que a própria definição de artista e sua postura tradicional de

lidar e compartilhar seus trabalhos com o público foi alterada, propiciando relações muito mais próximas, sem o rigor e a formalidade, normalmente, encontrada na comunicação entre artista e público.

> [...] As novas formas comunicacionais que se desenvolvem nas redes sociais virtuais, mais abertas, flexíveis e democráticas, também estimulam os artistas a diluir as hierarquias tradicionais em um mar de conteúdos que não se classificam, não se ordenam e não se controlam tão facilmente. As diferentes conexões e os olhares compartilhados ampliam o potencial de diálogo e de experiências ativas que os internautas podem estabelecer com os territórios da arte. (BULHÕES, 2012, p. 05).

Ao observar o produzir arte pela perspectiva do artista, percebem-se as influências comunicativas das redes sociais sobre a forma como ele cria vínculos e modifica a sua relação com o público. Vê-se, de maneira sutil, uma alteração na forma como ele compreende a arte que produz. Para Bulhões (2012), esse processo se inicia pelas diferentes conexões que são produzidas pelo alcance, sem barreiras, que a internet tem.

Um exemplo de utilização das redes sociais é o da artista visual Adriana Varejão, que utiliza o Instagram para interagir com o público, divulgando todo seu processo de pensamento, suas narrativas durante a criação, além de compartilhar com seus seguidores parte de sua vida pessoal, como viagens e inspirações para os próximos trabalhos. Todo o gerenciamento do perfil é feito pela própria artista.

Cumprindo assim, o objetivo principal das redes sociais: permitir que seus usuários interajam, compartilhem ideias, ensinamentos, imagens e outros materiais, independente da distância, propagando a informação para que seja acessível a todos e em todos os momentos, como está disposto no marco civil da internet divulgado em 2014, que visa sobre o uso e a disponibilidade de sites e páginas na web.

> [...] Mesmo que alguns artistas criem suas próprias redes sociais, muitos deles estão, também, experimentando atuações nas redes sociais virtuais já estabelecidas e mais conhecidas, utilizando suas ferramentas e recursos e, principalmente, o largo espectro de seus usuários que eles pretendem cooptar. Ao se integrarem nessas redes, os artistas estabelecem propostas que se realizam entre usuários mais diversificados, deixando de ter um trabalho mais personalizado e isolado em seu espaço específico, para desenvolverem uma arte interativa de grande fluxo entre os internautas. (BULHÕES, 2012, p. 08).

As redes sociais permitem que um amplo leque de pessoas tenha acesso a obras, artistas e exposições que, em ambientes formais não seria possível. Essa ampliação modificou a forma como artistas divulgam as suas criações, pois a dimensão do alcance e a pluralidade do público que acompanha o seu trabalho de maneira simultânea, foge ao controle, sendo necessário criar diversas estratégias para que a arte contemporânea permaneça plural e se comunique em diversos grupos.

Outra questão sobre os trabalhos dos artistas que migraram para o meio digital está, justamente, na amplitude de acesso, ou seja, agora o seu público não se concentra apenas em grupos que pagam para ver uma exposição em um museu ou galeria. O público é variável, assim como as experiências artísticas. Haverá leigos, artistas, acadêmicos, profissionais e, também, curiosos, entre os seguidores.

> Autores e obras já consagrados pela crítica tradicional migram para o ciberespaço, instalando-se em sites e redes sociais digitais, como Blog, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, entre outras. Também nesses espaços, usuários comuns são consagrados escritores e publicam suas primeiras obras — virtuais e físicas —, passando pelo crivo da crítica contemporânea — o público — e estabelecendo contratos com editoras. É assim que o Instagram se tornou para muitos uma plataforma de publicação, compartilhamento e leitura de conteúdos poéticos, formando um público de leitores e chancelando a figura de autores. (RAMOS e MARTINS, 2018, p. 18).

A razão deste trabalho é mostrar a relação entre o Instagram e as artes. Investigar como essa rede social modificou as interações entre artistas e público, permitindo a aproximação, a democratização do acesso às obras e o conhecimento dos processos criativos. Onde artistas anônimos e um público diversificado conseguem ter oportunidades fora dos meios formais de divulgação.

O Instagram tornou-se uma grande e importante ferramenta para que artistas possam divulgar o seu trabalho e para que o público tenha acesso, independente da localidade, a conteúdos artísticos. Um importante dado sobre os usuários do Instagram está na faixa etária, onde muitos são jovens, com diferentes hábitos culturais.

> Dessa forma, o ciberespaço cria uma teia de interação e possibilidades, se transformando, não apenas, em uma rede social, mas também, em uma

> ferramenta importante para artistas em ascensão e artistas renomados poderem se comunicar diretamente com o público". (BULHÕES, 2012, p. 05).

A facilidade do Instagram permite que os usuários possam ter acesso a diversos perfis de artistas, visualizando suas obras de arte e seu desenvolvimento.

Como dizem Deiga Brito e Cláudio Rocha, "O Instagram serviu para aproximar o público com o artista, o artista com os patrocinadores e vendedores de arte. Serviu para que o artista soubesse a opinião de seu público, através de lives e comentários, fazendo uma ligação direta com eles". "Nas redes sociais, o público interage com os artistas e com suas obras, compartilhando, comentando ou acrescentando suas próprias impressões e significados" (BRITO; e ROCHA, 2013, p.1 – apud ROBERTO, Y. A.; BOHNS, N. M. F. 2016, p.3).

Segundo Valzeli Sampaio: "O Instagram facilitou o acesso à arte, pois pode ser acessado em qualquer meio ou tempo, sem a necessidade de se locomover, sendo só necessário o acesso à internet".

> A imaterialidade das obras, os corpos fora do lugar, a quebra de fronteiras, a fugacidade do provisório ainda nos soa estranho aos nossos hábitos perceptivos fortemente marcados pela presença de objetos físicos "únicos" no espaço expositivo presencial. Esta nova existência instaura outras formas de experienciar e de perceber. As obras se desmaterializam e se multiplicam, portanto, não faz mais sentido pensar num espaço físico para expô-las, ou num lugar para onde o público deveria se dirigir em períodos preestabelecidos. Elas poderiam ser recebidas em casa pelos mais variados meios, como o telefone, o videofone, o fax, o rádio e a televisão, ou ser "acessadas" por meio de redes telemáticas como a Internet. (SAMPAIO, 2015 – apud ROBERTO, Y. A. ; BOHNS, N. M. F.; 2016, p. 3).

A internet facilitou o acesso a museus. Por esse motivo, em 1997, em Los Angeles – CA, foi feita a primeira conferência sobre internet e museus, que se chama Chamadas de Museums and Web. São museus com temáticas de mundo aberto, em que há possibilidades de fazer visitações virtuais. Com o crescimento do Instagram, certos museus estão fazendo exposição através de redes sociais.

Os museus no Instagram

Antes da pandemia, muitos museus usavam o Instagram como um meio de comunicação, onde colocavam as programações, explicações e mostras de itens artísticos.

> As novas formas de comunicação emergentes no ciberespaço vêm transformando as relações entre a técnica e a vida social, produzindo novas linguagens e signos, e desenvolvendo uma nova cultura contemporânea, a cibercultura. (NACIONAL, Práticas de Mediação Museal Online no Instagram da Seção de Assistência ao Ensino do Museu, 2018, p. 95).

Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

Em 2012, o Instagram ganhou popularidade e, no mesmo ano, o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro criou o seu perfil nessa plataforma, tendo mais de 90 mil seguidores e a cada ano, esse número aumenta.

O Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro foi fundado em 1948, onde acontecem experimentações de arte, cinema e cultura. É uma instituição cultural sem fins lucrativos.

Em todas as suas postagens, o público opina e interage de alguma maneira, como demonstra nas imagens tiradas do perfil do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, como podemos ver na figura 01 abaixo:

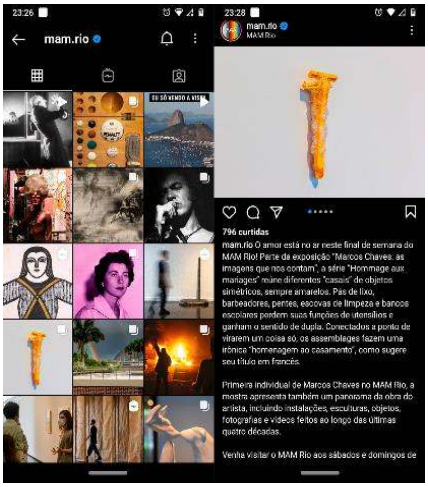


Figura 01 - Perfil do Instagram do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (Fonte: https://www.instagram.com/mam.rio/)

O perfil do museu contém vários tipos de exposições virtuais, contendo imagens e vídeos. Em cada postagem, o perfil relata algo relacionado ao conteúdo que publica, permitindo ao usuário, conhecer as obras expostas.

Museu de Arte de São Paulo (MASP)

O Museu de Arte de São Paulo utiliza seu perfil no Instagram como um meio de mostrar os trabalhos, publicando textos informativos sobre as obras. Quando os textos não são de autoria dos artistas, são criados e publicados pelo MASP.

Em época de pandemia, os funcionários ligados ao setor de redes sociais, do MASP, trabalham em casa, num sistema “Home Office”, postando fotos e informações sobre as peças

Além das fotos sobre as obras, o perfil do MASP posta vídeos de artistas famosos como Pablo Picasso e outros, mostrando suas obras e informando sobre os autores. Os seguidores comentam em suas postagens, com perguntas e elogios, relacionados às obras, conforme figura 02 abaixo:

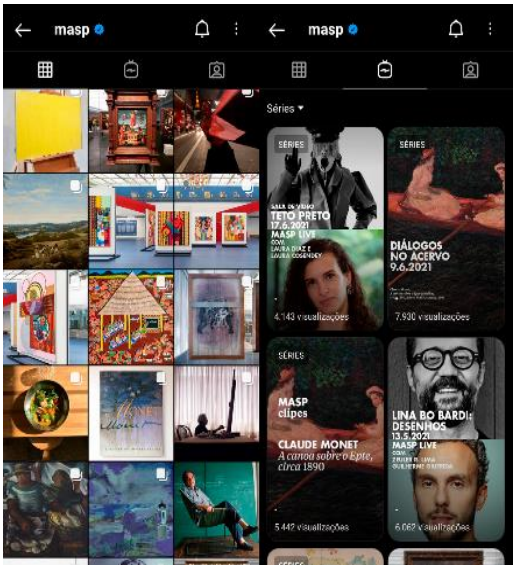


Figura 02 - Perfil do instagram do Museu de Arte de São Paulo (Fonte: https://instagram.com/masp?utm_medium=copy_link)

> Algumas das artes mais poderosas do mundo foram feitas em resposta a uma crise, e a arte educação tem sido frequentemente valorizada em resposta a uma crise. Independentemente de desastres naturais,

> devastação social ou doenças, a arte continuará a ser ensinada. Contudo, refletir sobre as maneiras como o COVID-19 influenciou a educação artística deve mudar a forma como a arte é ensinada no futuro. (PEÇANHA, TAIELE PINHEIRO DA SILVA DE MIRANDA; PEÇANHA, LUCIO MARQUES apud FREEDMAN e ESCAÑO, 2020, p. 27).

O uso das redes sociais foi uma maneira criada para divulgação e compartilhamento de informação; as organizações, durante a pandemia, usaram as redes sociais como plataformas de aproximação entre os diversos atores e público.

Os artistas, na pandemia

Em 2020, o número de usuários ativos no Instagram, aumentou. De acordo com o Salão internacional de ensino, pesquisa e extensão, muitos artistas buscaram outras maneiras de apresentar sua arte, na pandemia, passando a usar o Instagram.

Muitos museus e artistas tiveram que encontrar maneiras criativas de passar pelo momento pandêmico, como ocorreu com o IMAGO, um projeto criado pelos estudantes da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), que buscou outras maneiras de aliviar a tensão causada pela pandemia, com fotografia.

> [...] “encontramos uma forma de engajar a população local nas ações de enfrentamento à pandemia de COVID-19, utilizando a arte fotográfica para estimular a reflexão sobre os efeitos da quarentena nas questões de saúde e bem-estar social”, essas fotografias são encontradas e armazenadas através da conta do Instagram do IMAGO @projeto_imago.

Análise do perfil do Artista Israel Kislansky

De acordo com o perfil do Instagram, Israel Kislansky é um escultor Brasileiro e criou sua conta no Instagram em 2016. Até o momento, possui mais de 5 mil seguidores e mais de mil publicações artísticas, entre tutoriais de escultura que publica em seus stories, em seu perfil ou no IGTV e explicações sobre seu curso. Em sua conta, ele cria imagens artísticas e vídeos explicativos, onde esculpe as figuras anatômicas e divulga seu curso de escultura. Os seus seguidores comentam

suas postagens, elogiando-o e perguntando algo sobre o curso, como na figura 03 e 04 abaixo:

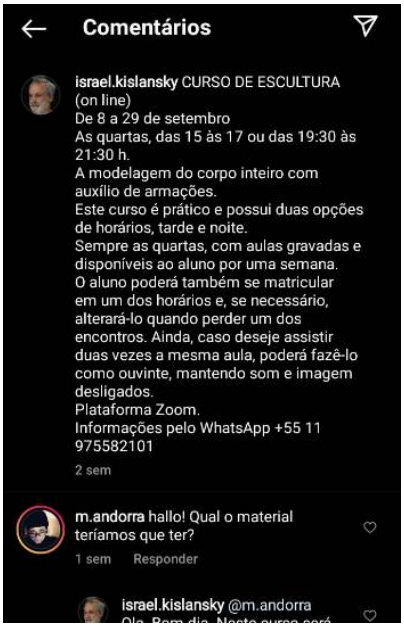


Figura 03 - Descrição de publicação (Fonte: https://www.instagram.com/israel.kislansky/)

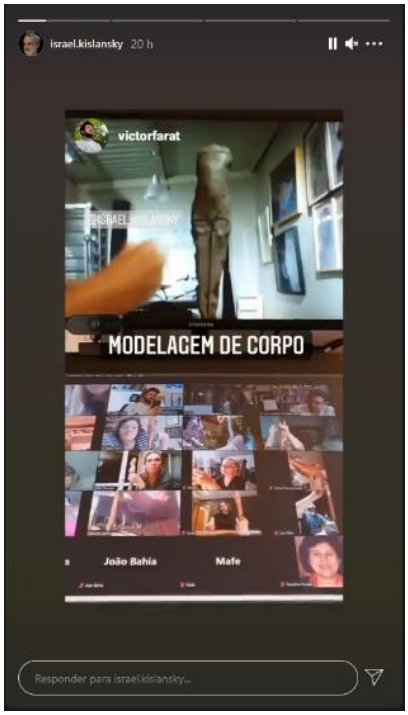


Figura 04 - Postagem no Stories (Fonte:https://www.instagram.com/israel.kislansky/channel/)

De acordo com os dados encontrados na conta do Instagram de Israel, observa-se a interação entre o artista e o público, a ferramenta permite que ocorra lives de tutorial de escultura, em que o artista utiliza a rede social como um meio comunicacional para promover o seu trabalho e também disseminar o seu conhecimento. Seus seguidores participam de suas lives, esculpindo com ele, questionando e interagindo.

Metodologia

O artigo busca mostrar como o Instagram foi importante para a ampliação do interesse entre os jovens pelas práticas artísticas. Identifica-se nessa ferramenta, um facilitador de divulgação e disseminação de informação. Para isso, analisaram-se as interações de alguns artistas com o seu público, através de seus perfis.

As citações utilizadas nesta pesquisa estão conforme os Princípios Éticos das Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais, contidas no site: https://anped.org.br/news/nova-resolucao-5102016-de-etica-na-pesquisa.

A metodologia contém uma pesquisa bibliográfica, de natureza aplicada e básica sobre o Instagram e a arte. O resultado da pesquisa foi retirado de artigos acadêmicos e estudos de caso, com ênfase na análise dos perfis de artistas, num método de abordagem qualitativa, pois analisa a atuação dos criadores de arte e do público, em tese explicativa e descritiva, com levantamento bibliográfico e experimental.

Para a comprovação de resultados, o artigo contém coleta de dados de artistas e público e um catálogo de fotografias. Os instrumentos para coletar os resultados da pesquisa foram planos de testes, com anotações resultantes e leitura de livros, artigos, anais, documentos e verificação de maneira sistemática. A escolha pela análise de perfis se originou da necessidade de comprovação da real interação entre artista e público. Nessa pesquisa não há viés de interesses.

Nos artigos acadêmicos, coletou-se a base teórica para exemplificar como uma rede social contribui para democratizar a arte; o que seria uma rede social; como a arte acontece numa rede social como o Instagram; como a arte

contemporânea pode facilitar em sua visualização nesta plataforma; como as novas mídias estão crescendo entre a população e como a arte digital está se fortalecendo.

Resultados e Discussão

Para atestar a teoria, foi utilizado um questionário contendo 15 questões sobre o uso e o alcance do Instagram em relação à divulgação da arte. Essa pesquisa contou com 21 usuários, na maioria, mulheres de 17 a 25 anos.

O objetivo dessa pesquisa foi analisar o Instagram como ferramenta de acesso à arte, através da interação e consequente aproximação entre artista e público. O perfil dos usuários foi diversificado, com pré-universitários, pós-graduados, estudantes de artes e de áreas afins. Com base nas informações coletadas na pesquisa, 95,2% dos entrevistados utilizavam o Instagram. Desses, 85,7% seguiam algum perfil de artista visual.

Quando questionados sobre a pontualidade do acesso aos perfis artísticos, os resultados foram: 55,6% visitavam raramente; 27,8%, apenas uma vez na semana; e 16,7% acessavam todos os dias.

Sobre o conteúdo oferecido pelo Instagram, os usuários entrevistados pontuaram que publicações (77,8%) e stories (50%) estavam entre os mais acessados. 72,7% dos entrevistados afirmaram haver nos perfis que seguiam, pequenas aulas e tutoriais de técnicas de arte. Desses, 55,6% disseram já ter aplicado algumas das técnicas aprendidas.

Em relação aos museus, presentes no Instagram, 55% afirmaram não seguir esses perfis, e 65% disseram nunca ter ido a exposições presenciais. Quando perguntados sobre a participação em exposições e palestras, ofertadas pelos museus no Instagram, durante a pandemia, 100% dos entrevistados disseram não ter participado. A próxima pergunta questionava se, no período da pandemia, a utilização do Instagram tinha aumentado; cerca de 90% responderam afirmativamente.

Ao finalizar o questionário, foi perguntado se eles consideravam o Instagram uma ferramenta para divulgação de obras de arte e interação entre artista e público; 95% dos voluntários responderam que sim.

Com base nas informações obtidas, percebeu-se a baixa interação dos usuários em perfis de museus. Dessa forma, foi observado que nenhum dos entrevistados participou de qualquer iniciativa oferecida por essas instituições. Essa informação pode ser resultado de duas possíveis situações: a falta de incentivo na divulgação desses eventos por parte das instituições ou a possível falta de interesse do público em participar.

Como dito anteriormente, os museus construíram a imagem de que seu entretenimento é voltado a um público específico e essa postura se reflete nas redes sociais. Esse resultado pode ser interpretado pela proximidade do público com artistas que se diferem desses locais de exposição. Embora muitos dos entrevistados não tivessem como prática a visita a museus, percebeu-se o interesse artístico, tendo os perfis de artistas, apresentado um bom envolvimento com os seguidores. Como observado nesta pesquisa, cerca de metade dos usuários contemplados já tinha colocado em prática algo ensinado pelos artistas, que acabaram se tornando um meio de aprendizado de técnicas e assuntos artísticos.

Os resultados obtidos pela pesquisa confirmaram a hipótese de aproximação do público com a prática do artista, estreitando laços e propiciando que esse artista possa utilizar a plataforma como meio de disseminar o conhecimento, através de aulas realizadas em lives, onde técnicas podem ser ensinadas e todos têm a oportunidade de ver.

No entanto, no que tange a museus e suas ações, principalmente, durante a pandemia de 2020 e 2021, os resultados anularam a hipótese de maior estreitamento ou democratização do acesso a exposições nesses espaços, pois o público não participou das iniciativas oferecidas. A pesquisa refletiu a falta de interação entre esses dois atores sociais. Uma questão importante para refletir será: qual o público buscado por essas instituições quando são realizados esses eventos online? Será que eles almejam alcançar outros grupos sociais ou apenas manter aqueles que já possuem?

É importante evidenciar que essa pesquisa trata-se de uma avaliação baseada em uma amostra e que os resultados obtidos representam as opiniões daqueles que responderam à pesquisa, portanto não é referência para outros grupos.

Considerações finais

Esse artigo buscou entender como a rede social Instagram pode ser usada como meio de divulgação de obras artísticas e ferramenta intermediária de aproximação entre criadores e público, como também, de divulgação de novos artistas, além de ser um recurso para os museus e galerias de arte para exposições, propiciando ensinamento, através dos tutoriais de arte.

Objetivou mostrar como as redes sociais podem ser um meio de divulgação artística e um democratizador da arte para o público e de como o Instagram tornou-se um meio de aproximação entre o artista independente e seus seguidores.

Buscou-se, com isso, identificar como o Instagram contribuiu com o acesso às obras artísticas e na divulgação das mesmas, como mediador da arte junto ao usuário. Constatou-se que o Instagram divulga novos artistas e novos trabalhos, possibilitando a aproximação entre estes e seus seguidores, através das postagens de workshops, tutoriais, lives, vídeos e fotos em seus perfis.

Com a análise de perfis, tanto de artistas, quanto de público, identificou-se que o Instagram expõe as obras e seus artistas, tornando-os conhecidos. Garante o acesso a obras artísticas de diferentes países, nos mais diversos trabalhos, em galerias nacionais e internacionais, exposições e oficinas, disseminando conhecimento e divulgando a arte em suas múltiplas faces.

Entretanto, com a amostra da pesquisa feita com o questionário, junto aos usuários, constatou-se que, embora o Instagram seja um meio de democratização eficaz e propício a artistas e obras, não surte efeito sobre os usuários, pois não são todos que acessam perfis de museus. O motivo pode ser a falta de interesse por estes eventos, mesmo antes da pandemia ou, pode ser, também, desconhecimento de que são acessíveis a todos.

Verificou-se que alguns usuários dessa rede, raramente acessam o perfil do artista, mas aqueles que acessam, participam das oficinas e comentam em suas postagens e trabalhos expostos. São seguidores e interagem com o artista, criando um vínculo com ele e sua arte, tecendo críticas positivas e construtivas, acerca de seu trabalho.

O artigo mostra sua relevância em panorama de expansão do uso das redes para atividades que antes só eram feitas presencialmente. Sendo assim, o Instagram excede o simples ato da interação, otimizando, dinamizando e criando valor para muitos. Concluiu-se que ele atua como mediador na divulgação e reconhecimento da arte e da cultura, tornando-se, em si, um gestor econômico e cultural.

Referências:

ACS. *Marco civil da internet.* Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Brasília/DF, 2016. Disponível em: https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/marco-civil-da-internet. Acesso em: 10 mai. 2021.

ANPED. *Nova resolução (510/2016) de Ética na Pesquisa.* 2016. Disponível em: https://anped.org.br/news/nova-resolucao-5102016-de-etica-na-pesquisa. Acesso em: 25 abr. 2021.

ARTE, Contemporânea. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2021. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo354/arte-contemporanea>. Acesso em: 01 de Mai. 2021. Verbete da Enciclopédia.

BULHÕES, Maria Amelia. *Práticas artísticas em redes sociais virtuais*. Revista USP. São Paulo. Dossiê Redes Sociais. n. 92. p. 46-57. dezembro/fevereiro 2011-2012. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34882. Acesso em: 15 abr. 2021.

CARVALHO, Caroline Oliveira de; BAIRON, Sérgio. *Da tela às telas: a obra de arte na era do Instagram.* Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, virtual, ano 2020, ed. 1°, p. 1 - 15, 2020.

CULTURAL, Itaú. *Arte Contemporânea*. 2018. Disponível em: http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo354/arte-contemporanea. Acesso em: 17 abr. 2021.

CUPONATION. *INSTAGRAM - 2019: estudo mostra quantas horas os jovens passam na rede social. Estudo mostra quantas horas os jovens passam na rede social.* 2019. Disponível em: https://www.cuponation.com.br/insights/instagram-2019. Acesso em: 16 jun. 2021.
Encontro Nacional sobre práticas educativas em museus e centros de C&T, 2018, Rio de Janeiro. ANAIS ELETRÔNICOS. Rio de Janeiro: Biblioteca do Mast, 2018. 250 p.

GASPARETTO, Débora Aita. *Arte Digital no Brasil e as (re)configurações no sistema da arte.* 2016. 288 f. Tese (Doutorado) - Curso de Artes Visuais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul Instituto de Artes Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais - Doutorado, Porto Alegre, 2016.

GOETHE. *Os artistas do Instagram: arte e mídias sociais.* ARTE E MÍDIAS SOCIAIS. 2017. Disponível em: https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/20901880.html. Acesso em: 05 maio 2021.

HIRAYAMA, Mônica S. *As Transformações Sociais Desencadeadas pela Internet e Redes Sociais nos Universos Analógico e Digital*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, São Paulo, Ano 7 – edição 2, p. 1 – 13. dez. de 2013 – fev. de 2014. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/download/78994/83075/108446. Acesso: 10 de maio de 2021.

HYPOTHESES. *Museus virtuais e cibermuseus: A internet e os museus.* Disponível em: https://globalherit.hypotheses.org/museu-afrodigital-estacao-portugal/museus-virtuais -e-cibermuseus-a-internet-e-os-museus. Acesso em: 07 maio 2021.

JANEIRO, Museu de Arte Moderna do Rio de. *Sobre o MAM.* Disponível em: https://mam.rio/sobre/. Acesso em: 16 jun. 2021.

JANEIRO, Museu de Arte Moderna do Rio de. *Instagram*. 2021. Instagram: @mam.rio. Disponível em: https://www.instagram.com/mam.rio/. Acesso em: 16 abr. 2021.

KISLANSKY, Israel. *Perfil no Instagram*. 2021. Instagram: @israel.kislansky. Disponível em: https://instagram.com/israel.kislansky?igshid=n5c7ffsrtjlf. Acesso em: 26 abr. 2021.

MACHADO, Arlindo. *Arte e Mídia: aproximações e distinções.* Galáxia: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, v. 2, n. 4 (2002), p.19-32. Disponível em: http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/view/1309/1079. Acesso em: 20 março. 2021.

MANOVICH, Lev. *Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. -: O Chip e O Caleidoscópio: Reflexões Sobre As Novas Mídias*. São Paulo: Editora Senac, 2005. p. 25-50.

MAZZUCHETTI, Talita Fração. *As Tecnologias da contemporaneidade na vida artísticas: narrativas e aproximações.* 2012. 43 f. TCC (Graduação) - Curso de Artes Visuais – Bacharelado, Universidade do Extremo Sul Catarinense - Unesc, Criciúma, 2012.

MENDONÇA, Camila. *Arte digital*. Educa mais Brasil. 13 de fevereiro de 2019. Disponível em: https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/arte-digital. Acesso em 10 de maio de 2021.

MORO, C.; Frecero Consiglio, M.; Fritas Cunha, I.; Alessandra Wiggers Peçanha, G.; Maciel Peçanha, F. Imago: *Arte fotográfica na construção da percepção Sociocomportamental: Mudanças promovidas pela pandemia na população local.* Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, v. 12, n. 3, 20 nov. 2020.

EDUCACIONAL, Gestão. *O QUE é arte digital?: Quando surgiu? Tipos de arte digital e Características.* In: Site, 27 ago. 2019. Disponível em: https://www.gestaoeducacional.com.br/o-que-e-arte-digital-quando-surgiu/. Acesso em: 20 out. 2021.

PAULO, Museu de Arte de São. *Instagram*. 2021. Instagram: @masp. Disponível em: https://instagram.com/masp?utm_medium=copy_link. Acesso em: 18 jun. 2021.

PEÇANHA, Taiele Pinheiro da Silva de Miranda; PEÇANHA, Lucio Marques. *O ensino de artes na pandemia do coronavírus e as perspectivas futuras.* Educação A Distância na Era Covid-19: Possibilidades, Limitações, Desafios e Perspectivas, [S.L.], p. 117-127, 2 dez. 2020. Atena Editora.

RAMOS, Penha Élida Ghiotto Tuão; MARTINS, Analice de Oliveira. *Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade.* Texto Digital, [S.L.], v. 14, n. 2, p. 117-133, 21 dez. 2018. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

ROBERTO, Y. A.; BOHNS, N. M. F. *Hashtag Art: entre o público e o artista visual.* Seminário de História da Arte, v. 5, p. 01-10, 2016.

RODRIGUES, Marcelo Andrade**.** *Arte digital*. 2012. 89 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História da Arte Contemporânea, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2012.

SOUTO, Virgínia Tiradentes; CAMARA, Rogério. *Design, arte e tecnologia: princípios e as novas mídias*. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE ARTE E

TECNOLOGIA - (#10.ART): modus operandi universal, 10., 2011, Brasília. Anais... Brasília: PPG Arte da UnB, 2011. Disponível em: <https://art.medialab.ufg.br/up/779/o/10art_VirginiaTiradentes.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2021.

STATISTA. *Countries with the most Instagram users 2021*. 2021. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/. Acesso em: 29 abr. 2021.

THOMSEN, Amanda. *O fenômeno de viralização de exposições de arte na rede social instagram.* 2019. 28 - Universidade Tecnológica Federal do Paraná departamento acadêmico de desenho industrial – DADIN Especialização em narrativas visuais, CURITIBA, 2019.

UPF. *Museus usam as redes sociais para manter a cultura viva*. 2020. Disponível em: https://www.upf.br/mavrs/noticia/museus-usam-as-redes-sociais-para-manter-a-cultur a-viva. Acesso em: 07 maio 2021.