REVISTA DA FUNDARTE
ANO 24
NÚMERO 62
OUTUBRO A DEZEMBRO DE 2024
FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE ARTES DE MONTENEGRO

REVISTA 62
LINGUAGEM, PERCEPÇÕES E HISTÓRIAS: CONHECIMENTOS QUE NOS ATRAVESSAM



A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NOS MUSEUS DE ARTE: DOIS MODELOS NECESSÁRIOS

THE AESTHETIC EXPERIENCE IN ART MUSEUMS: TWO NECESSARY MODELS

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli
Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP, Ouro Preto/MG, Brasil

Resumo: Este artigo apresenta aos leitores duas pesquisas cruciais para entender a experiência estética nos museus de art. são elas: As quatro dimensões da experiência estética e *flow* do psicólogo Mihaly Csikszentmihaly e o Modelo de Apreciação e Julgamento Estético de Leder e Nadal. O presente texto apresenta as potencialidades das duas pesquisas para o campo tanto da educação museal quanto da própria museologia. Neste artigo, exploraremos cada uma dessas pesquisas e discutiremos como elas contribuem para a ampliação do campo da estética e da educação no contexto museal.

Palavras-chave: Experiência estética. Museus de arte. Museologia.

Abstract: This article introduces readers to two fundamental research studies aimed at understanding the aesthetic experience in art museums. These are: 'The Four Dimensions of Aesthetic Experience and Flow' by psychologist Mihaly Csikszentmihalyi, and 'The Model of Aesthetic Appreciation and Judgment' by Leder and Nadal. This text explores the potential of both studies for the fields of museum education and museology itself. We delve into each of these research works, discussing their contributions to the expansion of aesthetics and education within the museum context.

Keywords: Aesthetic experience. Art museums. Museology.

Introdução

O texto aqui apresentado é fruto de uma pesquisa que visa explicar e relacionar a experiência estética e os museus de arte. Essa relação se dá a partir de pesquisas, como a do psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi e do Modelo de Apreciação e Julgamento Estético, desenvolvido por Leder e Nadal (2004). As duas pesquisas apresentam a recepção da obra de arte via a experiência estética. O trabalho de Csikszentmihalyi (1990) parte de uma perspectiva de sistematização da experiência estética, partindo dos próprios funcionários dos museus. Já a pesquisa de Leder e

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli - A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NOS MUSEUS DE ARTE: DOIS MODELOS NECESSÁRIOS. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, v.62, nº62, p. 1-20, e1520, 2024. Disponível em https://seer.fundarte.rs.gov.br



Nadal (2004) traz um aporte teórico e empírico para a sistematização da experiência estética.

A noção que temos hoje das belas artes é fruto da institucionalização da arte, consequentemente a forma como experenciamos a arte foi profunda e irreparavelmente alterada. Os objetos artísticos são o reflexo das ideias e emoções de determinada sociedade e não mera cópia ou reprodução. (DEWEY, 2008)

A construção desses objetos pela arte moderna e contemporânea transformou a forma como os museus os expõe e os comunica. Objetos de uso cotidiano quando expostos nos museus, se tornam semióforos, ganhando novos e simbólicos sentidos, a partir desse momento a é que experiência estética acontece.

O psicólogo e educador John Dewey definiu a experiência como resultado da interação entre a criatura e o meio que a cerca (2010). Nessa relação perceptiva e emocional é que se travam e se desdobram significados. As definições e conceituações do que é uma experiência perpassam a importante relação que a experiência desempenha na aquisição de conhecimento e sua relação com a cognição. As experiências muitas vezes transcendem o lugar da linguagem, não cabendo definições ou descrições (MOONEY, 2020) é aqui que acontece o processamento cognitivo e estético da arte, onde não é possível definir ou limitar a experiência.

Para Mooney (2020) experiência estética pode ser definida tendo por base a relação entre artista, o objeto e espectador. Cognição, sentimentos, percepção e comportamento, são alguns dos mecanismos que ajudam na construção da experiência estética com as obras de arte. Essa construção da experiência estética vem de experiências passadas e da relação que o espectador já tem com a arte, fatores culturais, físicos e a própria memória moldam as experiências

Inicialmente a experiência estética trata da comunicação, não apenas a comunicação que nós entendemos enquanto processo mental, ela envolve, reações físicas e as emoções. As relações da estética estão além dos conceitos que a



associam a beleza ou ao prazer do espectador ao entrar em contato com a arte. A experiência estética está ligada a percepção do objeto e não só às qualidades físicas dele, trazendo as relações de experiência passadas, de conhecimentos já adquiridos, do contexto e fisicamente (MOONEY, 2020). Para Carrol (apud MOONEY, 2020), quando paramos de nos preocupar com a aparência de um objeto de arte e com suas características estéticas, estamos vivenciando uma experiência estética.

As três principais dimensões da experiência estética, segundo Shusterman (1997) são, a avaliativa, a fenomenológica ou afetiva e a semântica. A dimensão avaliativa é que envolve a avaliação do objeto, a avaliação fenomenológica é que trata da recepção subjetiva desse objeto e a dimensão semântica é aquela que trata da significância da experiência, já que ela não é somente uma sensação.

A partir dessas três dimensões é possível entender o processo da experiência estética, uma ligação complexa entre as características do objeto, as características do indivíduo e o contexto (SHUSTERMAN, 1997). Por exemplo o conhecimento relacionado a obra, o reconhecimento de signos e símbolos e a construção da sensibilidade estética. A experiência estética é mais que a objetividade da análise do objeto de arte ou sua compreensão, ela é comunicação, o objeto comunica ao espectador e este, reflete, sente, pensa, imagina, a partir desse encontro.

A experiência estética oriunda do encontro do visitante com a arte, parte de uma decodificação e posterior significação, isso é cognitivamente o visitante escolhe um caminho de interpretação da obra e as propriedades intrínsecas dessa obra acabam, por tornar inteligíveis seus símbolos e assim passível de interpretações.

A construção dessa experiência invariavelmente perpassa o conhecimento e a proximidade desse visitante com a arte. Kesner (2006) citando o estudo de Bourdie e Darbel (2003)traz o capital cultural, aprimorado como uma competência cultural, ou seja, o indivíduo possui a capacidade cognitiva e perceptual de experenciar as

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli - A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NOS MUSEUS DE ARTE: DOIS MODELOS NECESSÁRIOS. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, v.62, nº62, p. 1-20, e1520, 2024. Disponível em https://seer.fundarte.rs.gov.br

obras de arte. Essas competências são caracterizadas pelo contato prévio e o conhecimento que esse indivíduo tem sobre arte e sua motivação.

Lankford (2002) elencou cinco pontos de relação entre a experiência estética, a arte educação e educação em museus. São elas: (1) os benefícios da experiência estética para os indivíduos, seja o desenvolvimento cognitivo, afetivo, perceptivo ou sensorial. (2) A experiência estética está ligada a fatores intrínsecos do indivíduo, ao seu conhecimento prévio, a suas habilidades críticas e a sua sensibilidade. (3) Os conceitos da experiência estética estão ligados a teorias cognitivistas no que diz respeito a obras de arte fazerem sentido para o indivíduo, para o autor a experiência estética é um processo individual construído a partir do conhecimento prévio, das habilidades e das motivações.(4) Um dos principais objetivos dos museus, deveria ser o de proporcionar experiências significativas aos indivíduos e último (5) a educação estética é fundamental para os museus, tanto na criação de seus programas, quanto para a facilitar e auxiliar a experiência estética dos visitantes.

Para Csikszentmihalyi e Robinson (1990), a experiência desses visitantes está ligada também à atenção desprendida na observação da obra de arte. A atenção é parte das competências culturais, a imersão e concentração, são importantes modeladores das experiências estéticas.

O Modelo de experiência estética de Mihaly Csikszentmihalyi

O psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi tratou da experiência estética a partir do encontro dos sujeitos com a arte em museus. Para ele os museus de arte são o ambiente propício para que a experiência estética aconteça. A experiência é um complexo equilíbrio entre as quatro dimensões descritas por ele, que em suma são o envolvimento do sujeito fisicamente e psicologicamente com a obra de arte.

A experiência estética e suas dimensões, descritas e instrumentalizadas por Csikszentmihalyi e Robinson (1990), derivam de dois pontos: o conceito de *flow* e os

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli - A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NOS MUSEUS DE ARTE: DOIS MODELOS NECESSÁRIOS. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, v.62, nº62, p. 1-20, e1520, 2024. Disponível em https://seer.fundarte.rs.gov.br



critérios da experiência estética de Beardsley's. O conceito de *flow* foi desenvolvido por Csikszentmihalyi (1975) e tem sua origem no estudo do estado da consciência de atletas que praticavam escalada e o nível de atenção e concentração que eles conseguiam alcançar e o porquê.

Os critérios de Beardsley's, são (1) foco no objeto, que é o investimento em atenção a um objeto; (2) sentimento de liberdade, relacionado ao desvio da atenção das preocupações diárias, o sentimento experimentado se assemelha a liberdade; (3) efeito desconexo, a experiência não é entendida pelo espectador como literal; (4) descoberta ativa, o espectador está envolvido e se torna cognitivamente desafiado, experimentado assim um sentimento de alegria a partir do envolvimento; (5) solidão, o espectador desfruta da sensação decorrente da integração com a experiência. (CSIKSZENTMIHALYI; ROBINSON, 1990). A partir destes critérios e das pesquisas de Csikszentmihaly e Robinson sugiram os critérios da experiência estética.

Csikszentmihalyi e Robinson (1990) desenvolveram, inicialmente, uma pesquisa qualitativa, entrevistando profissionais de museus, e, posteriormente, uma pesquisa quantitativa com a aplicação de questionários. A junção dessas duas pesquisas culminou na elaboração de 4 dimensões da experiência estética: 1) percepção – tem relação com os aspectos formais da obra de arte e no modelo de processamento de informações; 2) emocional, essa perspectiva tem como mote a resposta emocional positiva ou negativa do encontro do espectador com a obra; 3) cognitiva, essa dimensão trata do conhecimento do espectador a respeito da arte, artistas e contexto da obra. 4) comunicação, a última dimensão trata de como o espectador interpreta a obra e como as intenções do artista são fundamentais na experiência estética.

As dimensões criadas por Csikszentmihalyi e Robinson (1990) são uma tentativa de sistematizar e explicar a experiência estética do ponto de vista empírico e pragmático da ciência. O que os autores defendem é que não existe uma forma universal de experienciar a arte. O mais próximo que a psicologia e a neuroestética



conseguem chegar são a criação de escalas, questionários e a visualização das áreas cerebrais afetadas pelo encontro. A construção das experiências humanas e dos eventos do inconsciente dependem de uma série de fatores como, a construção cultural em que o sujeito está inserido e como dá significado a pensamentos de maneira individual (CSIKSZENTMIHALYI; ROBINSON, 1990).

O estudo também mostrou que a eéperiência estética é mais que o prazer de desfrutar do encontro com a arte, é um envolvimento profundo e usa da oportunidade de o espectador utilizar suas habilidades, sejam elas intelectuais, emocionais e físicas. (CSIKSZENTMIHALYI; ROBINSON, 1990). É importante entender que a experiência estética não está ligada somente ao deleite e sim a uma intrincada relação do espectador com seus conhecimentos, emoções, capacidade de concentração e de uso dessas habilidades.

O envolvimento profundo com uma obra de arte acontece quando o observador usa sua percepção refinada, seu conhecimento e sua sensibilidade emocional, conseguindo assim tornar a experiência recompensadora. A pesquisa de Csikszentmihalyi e Robinson (1990) concluiu que a estrutura da experiência é a mesma para os indivíduos, entretanto a forma como ela é abordada, baseada em conhecimento, emoção, percepção e na comunicação é variável e depende de fatores posteriores à experiência (CSIKSZENTMIHALYI; ROBINSON, 1990)).

Para os autores, a experiência estética, nos termos descritos acima, estão intimamente ligados a aprendizagem. Neste caso o aprendizado, fruto do contato com a arte dentro dos museu, esse aprendizado chamado de *free-choice learning* (FALK; DIERKING, 2000), pode ocorrer em diversos ambientes e está relacionado aos desafios que os indivíduos selecionam a partir da sua motivação no encontro com a arte. O *free-choice learning* é um aprendizado não linear, motivado particular e, pessoalmente, pelo indivíduo que decide o que e como vai aprender. No caso dos museus de arte, o indivíduo escolhe o objeto no qual vai engajar seu tempo e sua atenção. Esse engajamento é o principal desencadeador do *flow,* que nada mais

é do que o equilíbrio entre as habilidades do sujeito e os desafios apresentados, neste caso pela obra de arte.

A experiência do *flow* necessita de um envolvimento profundo, por parte do visitante. Para que esse envolvimento aconteça é preciso que os desafios cognitivos impostos pelas exposições, sejam compatíveis com as habilidades e conhecimentos. Para isso é importante que a exposição seja montada de forma a permitir diversas perspectivas e pontos de vista.(FALK; DIERKING, 2000). Não obstante são esses desafios que mantém os visitantes engajados e propiciam além do *flow*, uma experiência estética de qualidade.

A importância do *flow* para a construção da experiência estética de maneira geral, é a do envolvimento do sujeito como um todo na tarefa. Além disso, proporciona crescimento pessoal e intelectual, já que o indivíduo retorna da experiência, buscando novos desafios, propiciado, entre outros motivos pelo aprendizado. (CSIKSZENTMIHALYI, 1995). As motivações da construção dessa experiência são: interesse e curiosidade. Essas duas chaves, como os autores os chamam, são propiciadoras de experiências de *flow.*

Os autores ressaltam a relação da aprendizagem e a experiência de *flow*. No esquema apresentado (Figura 1) essa relação é apresentada resumidamente. O esquema ilustra a conclusão de que a experiência proporcionada, vai além da aprendizagem. Quando o ambiente do museu propicia ao visitante as condições para que a experiencia estética e o *flow* aconteçam, o indivíduo além de se envolver com a obra, apresenta um ganho emocional e intelectual.

REVISTA DA FUNDARTE
ANO 24
NÚMERO 62
OUTUBRO A DEZEMBRO DE 2024
FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE ARTES DE MONTENEGRO
REVISTA 62
LINGUAGEM, PERCEPÇÕES E HISTÓRIAS: CONHECIMENTOS QUE NOS ATRAVESSAM

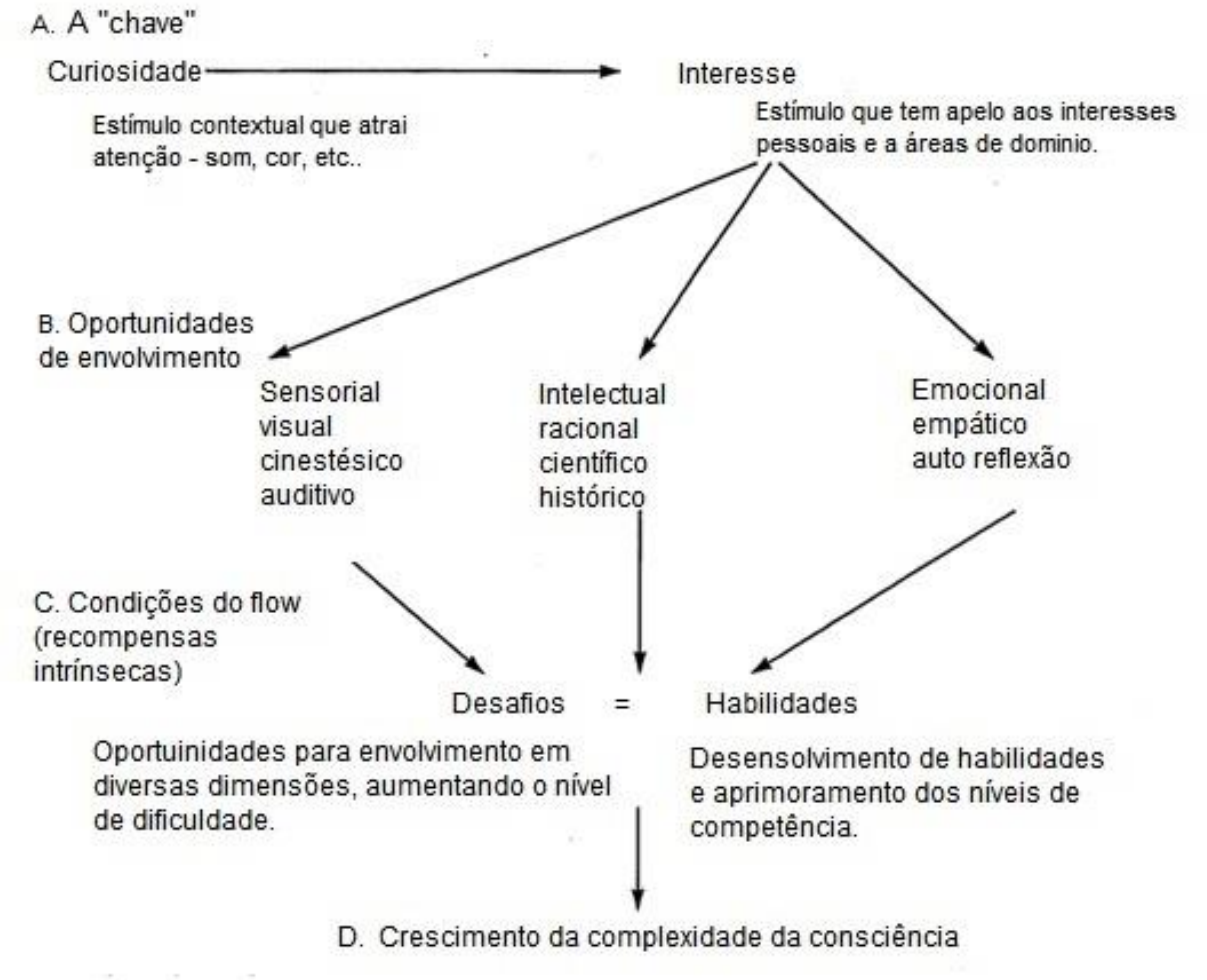


Figura 1. Esquema da relação de motivação e aprendizado. Fonte: CSIKSZENTMIHALYI, 1995.

As principais conclusões da pesquisa de Csikszentmihalyi e Robinson (1990), estão ligadas as condições para que a experiência estética aconteça. Dentro das pré-condições da experiência, estão a segurança e a sensação de suporte. A confiança de que suas escolhas e pensamentos, não são completamente errados. Para alguns entrevistados durante a pesquisa, os museus tentam criar nos visitantes um gosto particular a respeito da arte. Gerando nesses visitantes autoconfiança, capaz de influenciar e determinar decisões e o próprio gosto dos indivíduos.



Outro ponto atual que os autores concluíram, diz respeito a relação dos visitantes com a arte contemporânea. Os entrevistados apresentaram um medo de tomar decisões ou mesmo verbalizar suas opiniões acerca da arte contemporânea. Na maioria dos casos, esse medo acaba por se tornar rejeição. Mesmo a pesquisa, tendo hoje mais de trinta anos, nos apresenta um problema atual dos museus de arte, que é a dificuldade de acesso às obras e, consequentemente, do aprendizado e da experiência estética.

A pesquisa também mostrou que a falta de informações, sejam elas sobre as obras, o contexto histórico, biografia do artista ou mesmo a iconografia, inibem os sujeitos. A lacuna deixada pelas instituições a respeito do conteúdo das coleções transforma, muitas vezes, os museus em ambientes pouco acolhedores. (FRÓIS, 2008)

A leitura da experiência estética e a abertura de um novo campo

A forma como nos relacionamos com a arte, foi alterada, pela modernidade e pela contemporaneidade. Os objetos do cotidiano foram transformados em semióforos e obras de arte. A experiência dos indivíduos com a arte, vai questionar a unicidade dos objetos e de que forma esses objetos são significativos. A beleza deixa de ser um fator determinante para um objeto ser classificado como arte.

A partir dessa dissociação, as qualidades estéticas dos objetos, os mecanismos de apreciação estética da arte são alterados. Conseguir relacionar o contexto histórico da obra ou entender seu significado e simbolismo, se tornam parte da experiência de contato do indivíduo com a arte. Entender como essa apreciação da arte acontece, é um dos principais pontos do modelo criado por Leder (et. al., 2004). Os autores tinham como objetivo descrever os mecanismos psicológicos envolvidos na apreciação da arte moderna. (LEDER, NADAL, 2014).



A construção da experiência estética, de maneira geral, possui três grandes aspectos, "(1) envolve a valorização de um objeto, (2) ela é sentida subjetivamente e atrai nossa atenção, isso é ela tem uma dimensão afetiva e fenomenológica, (3) e por último ela possui uma dimensão semântica, já que não é mera sensação e sim uma experiência significativa" (LEDER, NADAL, 2014, p. 445).

O modelo desenvolvido por Leder (2004, atualizado em 2014) (Figura 2), é a visualização dos estágios da experiência estética com um objeto de arte, neste caso foi desenhado para a arte moderna. Esse modelo tem o propósito de exemplificar que a experiência estética é parte de um processo psicológico, cognitivo, perceptivo e afetivo.

O modelo apresentado possui cinco estágios de processamento, são eles, (1) a percepção, (2) integração de memória implícita, (3) classificação explicita, (4) domínio e avaliação cognitiva e (5) avaliação emocional continua. O modelo demonstra que a experiência estética é resultado de processos, afetivos, cognitivos e perceptivos e como os componentes da experiência podem interagir entre si, são ilimitados, o que consequentemente alteram como a experiência se dá. (LEDER, NADAL, 2014).

Antes da percepção os autores explicam ser necessário para a experiência estética, a classificação do objeto em objeto de arte. Esse reconhecimento acontece por diversos meios, inclusive o estado de consciência do visitante. Cupchik (*et al.*, 2009) chamaram esse estado de "*aesthetic atitude*". É importante entender a atitude do visitante frente a obra e o ambiente onde eles estão inseridos. Leder (et. al. 2004) explica que a experiência estética é fruto também do ambiente que a obra de arte é apresentada.

A análise da percepção é o primeiro estágio, após o reconhecimento do objeto enquanto arte. Ela ocorre principalmente na região occipital do cérebro, onde a visão é processada. A complexidade e o contraste da pintura ou escultura, por exemplo, são fatores importantes no processamento do estímulo recebido. Essas

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli - A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NOS MUSEUS DE ARTE: DOIS MODELOS NECESSÁRIOS. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, v.62, nº62, p. 1-20, e1520, 2024. Disponível em https://seer.fundarte.rs.gov.br

características visuais dos objetos artísticos também são condições que influenciam a preferência estética dos indivíduos.

O segundo estágio descrito pelo modelo é o da memória implícita. Leder (et al., 2004) argumenta que neste estágio além do processamento da percepção visual, três aspectos são fundamentais, a familiaridade, a prototipicidade e o fenômeno da mudança de pico.

A familiaridade diz respeito as preferências estéticas dos indivíduos, essas preferências podem ser construídas a partir do contato contínuo e de outros fatores como as características estilísticas das obras. A prototipicidade é um dos aspectos mais difíceis de mensurar na experiência. Ela diz respeito a quanto um objeto pode ser representativo para uma classe de objetos. Na arte esse conceito pode ser exemplificado a partir das escolas, como, por exemplo, uma obra emblemática como Mulher com Sombrinha (1875) de Claude Monet, detém características impressionistas suficientes para representar a escola impressionista.

Agora o conhecimento em arte favorece os indivíduos, já que a partir desse conhecimento é possível classificar os objetos com maior facilidade. A mudança de pico é o terceiro aspecto e ela trata da resposta aos objetos. O efeito descreve a resposta aos objetos, que de alguma forma remetem aos objetos da qual temos familiaridade (LEDER, 2004).

O estágio é chamado de memória implícita porque os processos descritos aqui podem acontecer de maneira inconsciente, logo não afetam conscientemente a apreciação estética. Como já tratamos posteriormente, a memória implícita é fruto do estímulo contínuo e ocorre de maneira inconsciente e sua evocação pode ocorrer também de forma automática. Esse estágio apresenta uma problemática, por se tratar de uma relação de reconhecimento de objetos, as artes não representacionais ou conceituais não conseguem ser explicadas a partir dele.

A classificação explicita e o domínio do conhecimento são estágios que se relacionam. Na classificação o processamento da informação depende do



conhecimento e das habilidades do indivíduo com a arte. Nos dois estágios estão as principais implicações desse modelo, a distinção entre o processamento da forma e do conteúdo da obra de arte.

Importante destacar que o estágio da classificação dialoga diretamente com o modelo de desenvolvimento estético descrito por Housen (1993). Os autores (LEDER, et al., 2004) concluíram que indivíduos sem conhecimento em arte ou sem o contexto da obra, tem nesse estágio o output descrito por Housen (1993) no primeiro estágio de seu modelo, o descritivo. Quanto mais informações a respeito do artista, seu contexto e importância histórica são dadas aos indivíduos, mais elaborações ele consegue alcançar e verbalizar.

A relação dos dois modelos está nas informações que os observadores possuem a respeito da obra, como é processada a informação e como isso é verbalizado. A prototipicidade é um dos fatores que favorecem a experiência estética. A partir da classificação dos objetos, seja por estilo individual ou escola artística, o observador consegue reconhecer e consequentemente classificar o objeto.

As informações adquiridas facilitam o classificar e a distinção entre forma e conteúdo. Tanto o modelo de Housen (1987) quanto do de Leder (et al., 2004), nesse estágio específico, chegam a mesma conclusão: como o conhecimento específico do indivíduo gera uma mudança de classificação da arte. O indivíduo não classifica mais os objetos por seu conteúdo literal, e sim por uma classificação artística especifica. (LEDER et al., 2004).

A pesquisa usa de exemplo para classificação a arte moderna, uma escola estilística que utiliza diversas técnicas para a representação. A apreciação estética é aprimorada quando os indivíduos têm acesso a informações a respeito da técnica empregada para produzir determinada obra (LEDER et al., 2004). O reconhecimento dessas técnicas e estilos, são fundamentais para o entendimento e a fluidez da



experiência. Os autores chegaram à conclusão de que o processamento da experiência estética usa das informações a respeito do estilo.

O conhecimento acerca do estilo é um fator determinante tanto neste estágio quanto para o próximo, o domínio do conhecimento. O processamento dos estilos artísticos depende do conhecimento e é esse conhecimento que dá suporte para o processo cognitivo. O conhecimento também favorece a experiência estética, às pessoas que detém o conhecimento em arte, pois conseguem classificar as obras a partir de similaridades. Os que não possuem o conhecimento, não conseguem associar os objetos artísticos, preferindo a arte representacional, onde as formas e os objetos são familiares.

REVISTA DA FUNDARTE
ANO 24
NÚMERO 62
OUTUBRO A DEZEMBRO DE 2024
FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE ARTES DE MONTENEGRO

REVISTA 62
LINGUAGEM, PERCEPÇÕES E HISTÓRIAS: CONHECIMENTOS QUE NOS ATRAVESSAM

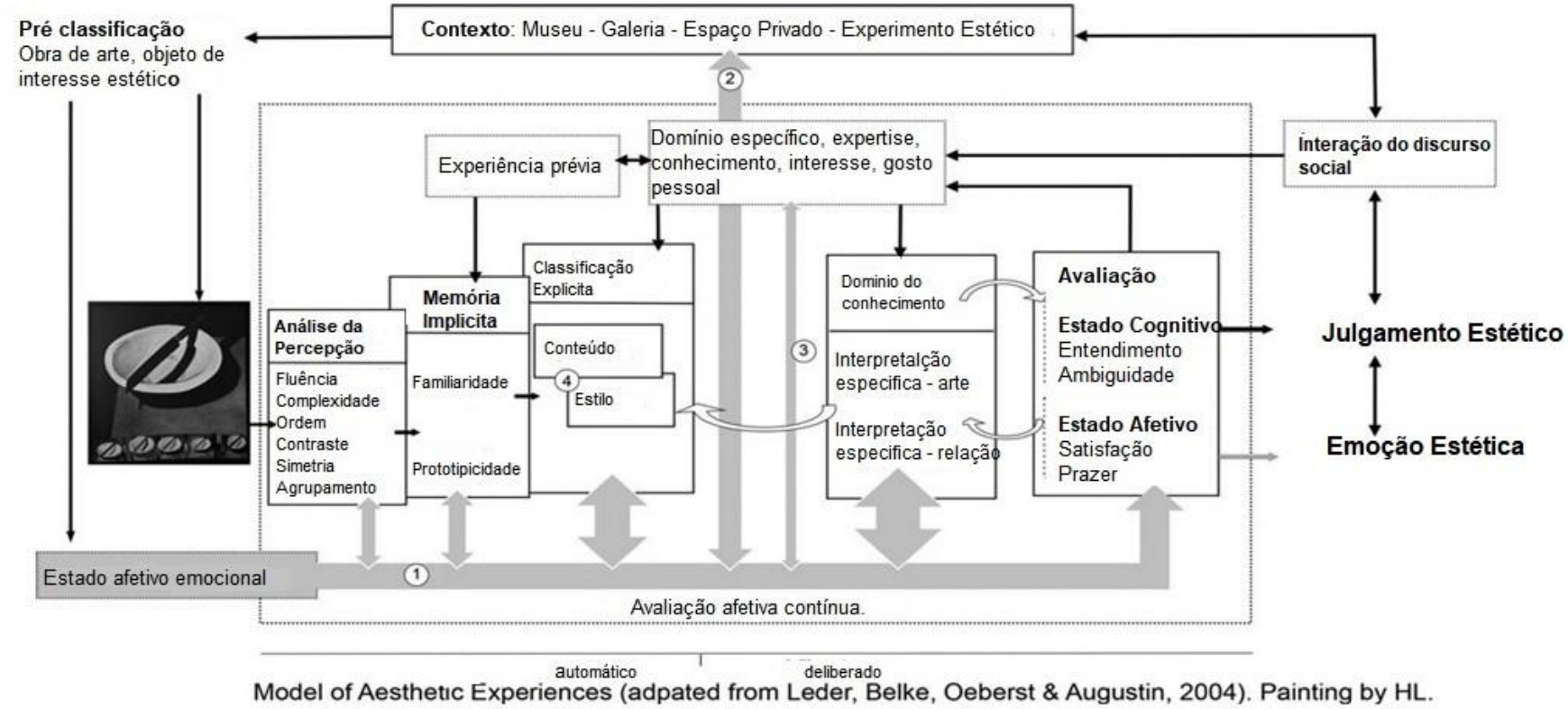


Figura 2. Modelo de experiência estética. Fonte: Leder, Nadal, 2014



No estágio de domínio do conhecimento ocorre de fato o processamento das informações utilizando principalmente a forma e conteúdo. Neste estágio ocorre também a significação da obra, quando o indivíduo consegue classificar corretamente a obra de arte, dentro dos estilos. Ocorre uma experiência cognitiva que os autores chamaram de auto recompensa (LEDER, et al., 2004).

O feedback-loop construído a partir desse estágio resulta no entendimento que acaba por se tornar satisfatório, e o processamento da experiência estética. Os autores ainda chamam a atenção para qualidade do feedback-loop dos indivíduos que detêm conhecimento em arte. Os indivíduos que não possuem conhecimento, como nós já vimos, se utilizam de referências externos para explicar as obras, já aqueles que possuem conhecimento utilizam do estilo e das propriedades visuais para o processamento das obras. (LEDER, NADAL, 2014).

A arte moderna é apresentada pelos autores como um grande desafio cognitivo para os indivíduos. A variedade de estilos se impõe como uma busca de reconhecimento e de significados. A experiência estética se torna um desafio perceptivo e o processamento dos feedback-loops, buscam um significado que satisfaça o indivíduo. A satisfação é um dos pontos da experiência estética.

Neste estágio os autores conseguiram provar a importância tanto do conhecimento prévio, quanto das explicações a respeito da arte. Corroborando com outras pesquisas (CUPCHIK *et al.*, 2009; LENGGER *et al.*, 2007) o modelo provou que as informações a respeito da arte afetam a experiência estética em museus. Para o autor a capacidade de processar o estilo dependem de um conhecimento prévio, por isso os estudos comparam a percepção de especialistas e não especialistas. (LEDER *et al.*, 2004)

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli - A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NOS MUSEUS DE ARTE: DOIS MODELOS NECESSÁRIOS. *Revista da FUNDARTE*. Montenegro, v.62, nº62, p. 1-20, e1520, 2024.
Disponível em https://seer.fundarte.rs.gov.br



Os dois últimos estágios foram revisados pelo autor, dez anos após sua publicação. São considerados as principais etapas do processamento da experiência estética. O domínio do conhecimento e avaliação e o processamento afetivo emocional. Dentro do domínio do conhecimento o processamento das informações e da percepção resultam no prazer e no entendimento. Tanto o prazer quanto o entendimento são processos que ocorrem a partir da associação, ativadas pelo estímulo, neste caso o objeto artístico. Essas associações ocorrem na memória episódica e reflete no entendimento da arte.

O processamento afetivo é parte de uma avaliação e interação contínua com o processamento cognitivo. O entendimento e o prazer, podem evoluir para a outros estados emocionais, como surpresa, medo, nojo etc. Esse estado emocional alcançado pelo indivíduo pode evoluir para o estado de *flow*. Para o autor o estado afetivo é dependente de um processamento mais complexo e mais difícil de mensurar, mas é baseado na ativação da memória e da familiaridade.

O modelo possui dois outputs principais, são eles: o julgamento estético e os sentimentos gerados a partir do encontro com a arte. O primeiro output é de base cognitiva e avalia e relaciona as qualidades das obras, os pensamentos desencadeados e o nível de compreensão e ambiguidade gerados pela obra de arte. (LEDER; NADAL, 2014). Já o segundo output é resultado do encontro emocional do indivíduo com a arte, os sentimentos gerados a partir desse encontro. O estado afetivo/emocional e o julgamento estético, podem ser resultados do sucesso ou da falha do domínio cognitivo.

O modelo que apresentamos aqui sistematiza e ilustra o processamento da experiência estética. São três as principais implicações e conclusões alcançadas a partir do modelo, (1) a experiência estética é complexa,



estimulante e prototípica. (2) Para entender a experiência estética é preciso entender que ela depende da interação entre cognição e processo afetivo. (3) A experiência estética depende de como as informações são associadas, combinadas e usadas pelo indivíduo.

Considerações finais

O que torna uma obra de arte como tal, não depende apenas de suas qualidades físicas, mas de como se dá sua relação semântica com o contexto (DANTO, 2006), neste caso o contexto é o museu. A experiência estética depende de diversos fatores relacionados ao indivíduo e ao ambiente, o museu é o criador de contextos para que as obras sejam entendidas pelo público. O museu enriquece a experiência e a memória relacionada a arte. (BRIEBER; NADAL; LEDER, 2015). Por isso é tão importante estudar essa relação entre o sujeito e a obra de arte, sob a perspectiva do museu e como o museu é o fio condutor dessa relação.

O conhecimento prévio em arte por parte dos indivíduos se mostrou um dos fatores determinantes para a experiência estética. Esse conhecimento pode ser construído dentro dos museus, a partir de novas perspectivas a respeito de como a obra de arte é recepcionada e como esse indivíduo se relaciona com as obras. Compreender o funcionamento da experiência estética é melhorar a relação dos visitantes com as obras, as pesquisas apontam que os indivíduos que sabem mais, tem uma experiência estética melhor, mais prazer e mais aprendizado.

As pesquisas introduzidas aqui são as predecessoras de um campo científico dentro da neurociência, a neuroestética, que nos apresenta as consequências neurais do encontro dos indivíduos com a arte. Entender os



processamentos cognitivo/psicológico da arte pode nos levar a novos paradigmas educacionais dentro dos museus de arte. A compreensão dessas pesquisas é essencial para a inovação e aprimoramento das práticas educativas e curatoriais, bem como para a criação de estratégias que proporcionem uma experiência mais enriquecedora e significativa para o público visitante.

O trabalho apresentado aqui tem a intenção de dialogar com o campo interdisciplinar da museologia. É preciso que o campo se apodere de pesquisas como essa para a transformação dos museus e a criação de exposições que dialoguem com os visitantes. A experiência estética é parte indissociável do encontro humano com a arte, por isso é preciso abrir esse campo de diálogo entre a neuroestética e a museologia.

Referências:

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **Amor pela Arte.** 2º ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2003.

BRIEBER, David; NADAL, Marcos; LEDER, Helmut. **In the white cube: Museum context enhances the valuation and memory of art**. Acta Psychologica, v. 154, p. 36–42, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.actpsy.2014.11.004>.

CSIKSZENTMIHALYI, M. **Intrinsic Motivation in museums: Why does one want to learn?** The Educational Role of the Museum, p. 67–75, 1995.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; ROBINSON, Rick. **The Art of Seeing: An Interpretation of the Aesthetic Encounter**. 1º ed. Malibu: Paul Getty Museum, 1990. v. 148.

CUPCHIK, Gerald C. et al. **Viewing artworks: Contributions of cognitive control and perceptual facilitation to aesthetic experience**. Brain and



Cognition, v. 70, n. 1, p. 84–91, 2009. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bandc.2009.01.003>.

DANTO, Arthur. **O mundo da arte**. Artefilosofia, n. 1, p. 13–25, 2006. Disponível em: <http://www.raf.ifac.ufop.br/pdf/artefilosofia_01/artefilosofia_01_01_mundo_arte_arthur_danto.pdf>.

DEWEY, John. **Arte como experiencia**. 2008. v. 53.

FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. **Learning from Museums Visitor Experiences and the Making of Meaning**. 2000.

FRÓIS, João Pedro, 1957-. **Os Museus de Arte e a Educação : Discursos e Práticas Contemporâneas**. Museologia.pt, n. Nº 2, p. 63–75, 2008.

HOUSEN, Abigail C. **Æsthetic Thought , Critical Thinking and Transfer**. p. 99–132, 1993.

KESNER, Ladislav. T**he role of cognitive competence in the art museum experience**. Museum Management and Curatorship, v. 21, n. 1, p. 4–19, 2006.

LANKFORD, E Louis. **Aesthetic Experience in Constructivist Museums**. v. 36, n. 2, p. 140–153, 2002.

LEDER, Helmut et al. **A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments**. p. 489–508, 2004.

LEDER, Helmut; NADAL, Marcos. **Ten years of a model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments: The aesthetic episode** - Developments and challenges in empirical aesthetics. British Journal of Psychology, v. 105, n. 4, p. 443–464, 2014.

LENGGER, Petra G. et al. F**unctional neuroanatomy of the perception of modern art: A DC-EEG study on the influence of stylistic information on aesthetic experience**. Brain Research, v. 1158, n. 1, p. 93–102, 2007.

MOONEY, Suzanne. **Aesthetic Experience as a Communicative Tool in the 21st Century**. 2020.



SHUSTERMAN, Richard. **The End of Aesthetic Experience**. The Journal of Aesthetics and Art Criticism, v. 55, n. 1, p. 29–41, 1997.

Anna Beatriz Vieira Muniz Donatelli
Professora da Universidade Federal de Ouro Preto. Mestra em Artes pela Universidade do Estado de Minas Gerais, bacharel em Museologia pela Universidade Federal de Ouro Preto e técnica em Conservação e Restauro pela Fundação de Arte de Ouro Preto. Tem experiência na área de Museologia, Conservação Preventiva, Mediação e Catalogação de Acervo.
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7115-167X
E-mail: annabzdonatelli@gmail.com

Disponibilidade dos dados da pesquisa: o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo está publicado no próprio Artigo.
Recebido em 29 de abril de 2024
Aceito em 20 de junho de 2024
Editor responsável: Júlia Maria Hummes (FUNDARTE)
ISSN 2319-0868
Qualis A1 em Arte, Educação, Filosofia, História, Interdisciplinar, Linguística e Literatura



Creative Commons Não Comercial 4.0 Internacional de Revista da FUNDARTE está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional.
Baseado no trabalho disponível em https://seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/RevistadaFundarte.
Podem estar disponíveis autorizações adicionais às concedidas no âmbito desta licença em https://seer.fundarte.rs.gov.br/