



CONGRESO INTERNACIONAL DE ARTES,
EDUCACIÓN Y POSTDIGITALIDAD
Las imágenes en la enseñanza e
investigación desde la era (post)COVID-19

CONGRESSO INTERNACIONAL DE ARTES,
EDUCAÇÃO E PÓS-DIGITALIDADE.
As imagens no ensino e e pesquisa da era
(pós)COVID-19

1 al 3 de diciembre de 2021 1 a 3 de dezembro de 2021.

Sevilla 2021

**Propuesta de comunicación para ruedas de conversación | Proposta de
comunicação para rodas de conversa**

NOMBRE / NOME	Lucas
APELLIDOS / SOBRENOME	Oliveira
UNIVERSIDAD O INSTITUCIÓN / UNIVERSIDADE OU INSTITUIÇÃO	Instituto de Artes da Unesp
LÍNEA TEMÁTICA SELECCIONADA / LINHA TEMÁTICA SELECCIONADA	3 – Pós-digitalidade e suas implicações para o ensino e pesquisa na / com as artes
PREGUNTA SELECCIONADA PARA REFLEXIONAR / PERGUNTA SELECCIONADA PARA REFLEXÃO	O pós-digital é realmente uma lacuna? Ou a lacuna existia antes e se materializou em outras áreas?
BREVE TÍTULO DE LA PROPUESTA / BREVE TÍTULO DA PROPOSTA /	Bode na sala: o engasgo na operacionalização das macro-plataformas virtuais em museus de São Paulo
PROPUESTA DE TEXTO (ENTRE 300 Y 400 PALABRAS)	MAM no Minecraft, IBM Watson “A voz da Arte” e Google Arts & Culture são os nomes de algumas das plataformas digitais criadas por mega corporações internacionais e aplicadas a museus em diversas localidades do globo, a exemplo de instituições da cidade de São Paulo, como MASP, MAM e Pinacoteca do Estado. Em teoria, são plataformas que oferecem aos museus a chance de expandir o alcance de sua

TEXTO PROPOSTO
(ENTRE 300 E 400
PALAVRAS)

programação, rompendo virtualmente com a concentração da agenda cultura dos grandes centros urbanos. Na prática, os museus produzem conteúdos sem receber qualquer incentivo financeiro dessas empresas bilionárias, nem mesmo sob a modalidade do incentivo fiscal, e adequam as suas agendas e modelos de trabalho às necessidades dessas mega corporações. Ao fazê-lo, abdicam da agência que as equipes de mediação e educação poderiam ter para pensar modos coerentes de endereçamento público dos conteúdos gerados pela instituição, o que resulta também no despreparo das equipes para receber, operar e avaliar o uso público que se faz – ou que não se faz – desses recursos. Tal cenário antecede a pandemia de Covid-19 em alguns anos. Sintoma disso é que, apesar da profusão dessas plataformas, os museus tenham sido surpreendidos com sua própria falta de imaginação política para imaginar outros modos de trabalho para suas equipes de educação e mediação que prescindissem do contato presencial. Ora, se há anos constrói-se uma relação entre museus e as empresas que produzem essas plataformas digitais, não se imaginava a necessidade de criação, operacionalização e avaliação desse tipo de plataforma digital pelas próprias equipes dos museus? Desse impasse, podemos produzir perguntas que ajudem a situar a discussão, para dela produzir consequências: se a educação e a mediação por meios virtuais veio para ficar, qual é o espaço que educadores e mediadores terão para modelar as plataformas de acordo com os marcos conceituais da sua atuação pedagógica? Plataformas como essas transformam a mediação cultural ou a educação em museus em outra coisa que não uma instância de escuta e diálogo com os públicos? Quais as operacionalizações necessárias entre educadores e mediadores, comunicadores e programadores dos museus para tornar essas ferramentas úteis ou para avaliar a aderência desses recursos pela sociedade?