

A Comunicação digital de cultura no contexto da Coleção de Arte Contemporânea do
Estado

Sophia de Lucca

**Relatório de Estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação - Cultura
Contemporânea e Novas Tecnologias**

Abril, 2025

**A COMUNICAÇÃO POLÍTICA ATRAVÉS DO UNIVERSO DA ARTE: ESTÁGIO NO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL DA COLEÇÃO DE ARTE
CONTEMPORÂNEA DO ESTADO**

Sophia de Lucca

RESUMO

Neste relatório descrevem-se as atividades realizadas no âmbito do estágio curricular do Mestrado em Ciências da Comunicação especializado em Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias realizado no departamento de comunicação digital da Coleção de Arte Contemporânea do Estado entre outubro de 2024 e fevereiro de 2025. A esta função designa a tarefa de realizar um plano para a comunicação online da CACE e todas as tarefas que ele envolve. O processo passou de estruturação de um plano de comunicação e sua realização envolveu uma estratégia digital e a articulação de diversas formas de produção de material visual e gráfico. Este trabalho levantou questões teóricas que são criticamente articuladas com os temas propostos durante o Mestrado e fez a análise dos assuntos envolvendo a comunicação de cultura, a digitalização do museu, o design de comunicação e uma proposta de estratégia comunicacional em formato de *storytelling*.

PALAVRAS-CHAVE: Medias digitais, Arte, Comunicação, Política, Coleção de Arte Contemporânea do Estado

ABSTRACT

This report describes the activities carried out as part of the curricular internship for the Master's Degree in Communication Sciences specializing in Contemporary Culture and New Technologies, which took place in the digital communication department of the Portuguese Contemporary Art Collection between October 2024 and February 2025. This role entails the task of creating a plan for the CACE's online communication and all the tasks it involves. The process of structuring a communication plan and its realization involved a digital strategy and the articulation of various forms of visual and graphic material production. This work has raised theoretical issues that are critically articulated with the themes proposed during the Master's degree and has analyzed issues involving cultural communication, the digitization of the museum, communication design and a proposed communication strategy in storytelling format.

KEY-WORDS: Digital media, Art, Communication, Politics, Portuguese Contemporary Art Collection

ÍNDICE

1. Introdução	1
2. A Coleção de Arte Contemporânea do Estado	3
3. A Natureza do Trabalho que Acompanhei	5
4. Necessidades Comunicacionais	7
5. Comunicação de Cultura	10
6. A Digitalização do Museu	13
7. Design de Comunicação	23
8. Tarefas que Realizei	25
9. Caso de Estudo – Proposta de <i>Storytelling</i>	40
10. Conclusão	46
11. Referências Bibliográficas	49

INTRODUÇÃO

O presente relatório constitui o resultado do estágio curricular realizado na área de comunicação na Coleção de Arte Contemporânea do Estado, a fim de concluir o mestrado em Ciências da Comunicação especializado em Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias da Universidade Nova de Lisboa, realizado entre 1 de outubro de 2024 e 15 de fevereiro de 2025. A decisão por realizar um estágio curricular veio a fim de adquirir experiência profissional dentro de uma instituição cultural Portuguesa para poder aplicar conhecimentos adquiridos ao longo dos dois semestres de aulas na faculdade.

Depois de me formar em Artes Visuais em São Paulo, no Brasil, sempre tive a vontade de realizar um Mestrado em outro país. Durante minha graduação fascinei-me cada vez mais pelo universo das artes visuais e principalmente da produção contemporânea mas nunca consegui me conformar com o fator pouco acessível que as artes contemporâneas tem. Por isso, quando foi o momento de tomar uma decisão, quis realizar um estudo que prezasse pela divulgação da informação de arte, algo que criasse uma ponte entre o que acontece dentro do universo da arte e o mundo externo. Percebi que esta ponte só é criada através da comunicação e que se existe alguma forma de trazer acesso ao conhecimento é a partir dela.

Tive a oportunidade de estagiar na Coleção de Arte Contemporânea do Estado a partir de um convite da curadora, Sandra Vieira Jürgens, que também fez parte do corpo docente do Mestrado que realizei. A cadeira que me colocou em contato com esta importante figura no universo de arte contemporânea Portuguesa foi uma chamada “Arte e Espaço Público” na qual Sandra propunha a análise e discussão de uma nova prática contemporânea participativa, que mistura público e produtor. Esta cadeira me abriu muitas novas perspectivas e foi extremamente importante para o desenvolvimento de um pensamento crítico acerca da produção atual, tarefa que valorizo imensamente.

Estagiar na Coleção de Arte Contemporânea do Estado foi algo que fiz com muito prazer. Passei a conhecer a relevância social de uma coleção de arte pública que lida com diversas esferas dentro do universo da arte. Esta experiência me colocou em contato com os mais diferentes setores

dentro de uma organização cultural e me trouxe não apenas uma oportunidade de pensar criticamente sobre os aspectos comunicacionais, mas também gerou um conhecimento articulado necessário para lidar com as práticas do dia a dia da Coleção. A possibilidade de colocar em prática os aprendizados em aula traz satisfação e realização.

O curso, num geral, encaixou-se perfeitamente com o estágio que realizei, uma vez que hoje, a forma comunicacional mais difusa acontece através do digital, com as novas tecnologias. O estágio que realizei dentro do departamento de comunicação da CACE consolidou-se principalmente por lidar com a comunicação online da Coleção e criar a porta de entrada ou a ponte de acesso entre o que acontece internamente, no funcionamento e tarefas da CACE, e o público que a acompanha. Esta importante tarefa me permitiu fazer uma leitura mais complexa sobre os aspectos comunicacionais de uma instituição que promove arte e cultura e partir deste entendimento pude estruturar este relatório em algumas partes.

No primeiro capítulo foi necessário explicar o contexto da Coleção de Arte Contemporânea do Estado, em sua existência e funções; no segundo capítulo detalho as funções das profissionais que estiveram mais perto de mim durante o período de estágio e a complexidade das atividades da CACE. Depois, no terceiro capítulo passo a refletir sobre as necessidades comunicacionais que esta Coleção tem, dentro do contexto em que se insere, enquanto no quarto capítulo discuto sobre as questões que a comunicação cultural levanta dentro do cenário atual. Este capítulo então nos leva para a discussão acerca da digitalização do museu e isto é o tema para o quinto capítulo. Depois disto, levanto uma questão mais visual sobre a comunicação quando falo sobre o design de comunicação, no sexto capítulo. No sétimo, descrevo brevemente algumas tarefas importantes que realizei ao longo do estágio para culminar em uma proposta comunicativa que tive a oportunidade de desenvolver. Descrevi-la no capítulo que decidi intitular de “Caso de estudo - proposta de *Storytelling*”, que finaliza minha proposta comunicacional para a CACE. Finalizo com algumas considerações finais, seguidas das referências bibliográficas utilizadas ao longo da construção deste texto.

A COLEÇÃO DE ARTE CONTEMPORÂNEA DO ESTADO

A Coleção de Arte Contemporânea do Estado é uma entidade pública compreendida pela Museus e Monumentos de Portugal. Esta é uma instituição que apreende 37 museus e monumentos disseminados por diversas cidades e vilas do norte a sul de Portugal que sucedeu a Direção-Geral do Património Cultural (DGPC) a partir do Programa do XXIII Governo Constitucional criado no começo de 2024.

A CACE - Coleção de Arte Contemporânea do Estado constitui-se a partir da antiga Coleção da Secretaria do Estado da Cultura, uma coleção pública de arte contemporânea conhecida por Coleção SEC, que teve origem em 1976 na esfera da Direção-Geral da Ação Cultural (DGAC). O objetivo desta entidade era promover a aquisição de obras de arte portuguesas, a fim de reconhecer a produção artística da contemporaneidade e responder às reivindicações da comunidade artística daquele momento. Até 1992, a Coleção foi gerida na esfera da Direção-Geral de Ação Cultural, pela Divisão de Artes Plásticas e em 2017 passa-se a chamar Coleção de Arte Contemporânea do Estado.

Em 2019, foi criado o programa de aquisição de arte contemporânea do Estado, com a intenção de aumentar o património estadual de obras de arte contemporânea. O programa é ativo até os dias de hoje e funciona de maneira anual. Constitui-se uma comissão para aquisição de arte contemporânea (CAAC) com a participação de personalidades de reconhecimento como artistas, curadores, docentes, críticos de arte, investigadores, historiadores, representantes da Secretaria de Estado da Cultura, representantes do Ministério de Cultura e a curadora da CACE. Estas pessoas tem a função de definir uma proposta de aquisição de obras de arte contemporânea, identificando e selecionando, de forma independente e com base em critérios de rigor e fundamentação os artistas e trabalhos de merecido reconhecimento. Além de decidir quais obras serão adquiridas, a CAAC também tem a responsabilidade de propor a realização de exposições com as obras que passam a integrar a coleção e também de acompanhar o processo de produção, montagem e divulgação destas mostras.

Entre 2019 e 2023 através da CAAC foram adquiridas 297 obras de mais de 230 artistas, além da incorporação de outras coleções. A última aquisição, para o biénio 2023/2024 contou com 51 obras de 44 artistas de diferentes gerações e teve a comissão de aquisição composta por sete membros: os artistas António Olavo, Fernanda Fragateiro e Miguel von Hafe Pérez, dos

representantes da área governativa da Cultura Emília Tavares e David Teles Pereira e da curadora da CACE, Sandra Vieira Jürgens. Tendo em consideração o montante determinado pelo Estado para a aquisição de obras de arte contemporânea de €800.000, os membros desta comissão, depois de uma série de reuniões e debates, apresentaram em conjunto uma proposta de compra que foi então aprovada pela Secretaria de Estado da Cultura. A CACE tem como estratégia garantir a acessibilidade pública ao património artístico contemporâneo nacional, e trabalha de forma para que existam políticas que valorizem, dignifiquem, preservem e estimulem a criação artística e envolvimento da comunidade artística. A política de aquisições foi desenvolvida para privilegiar a criação portuguesa e a sua distribuição pelo país.

A sede da CACE fica localizada no Forte de Sacavém, mas seu espólio encontra-se dividido em diversos acervos em instituições dentro e fora do país, podem-se citar exemplos como a Fundação Serralves, a Fundação do Centro Cultural de Belém, a Câmara Municipal de Coimbra e a Câmara Municipal do Porto.

Além de servir como um importante órgão público de aquisição de obras de arte, a CACE também desenvolve programas expositivos com suas peças, bem como faz empréstimos a museus e espaços expositivos dentro e fora de Portugal. Entre maio de 2021 e 3 abril de 2022, o cargo de Curador da CACE foi desempenhado por David Santos, que foi nomeado pela Resolução do Conselho de Ministros. Hoje, o cargo é ocupado por Sandra Vieira Jürgens, nomeada pela Resolução de Ministros. Atualmente põe-se em ação o programa de descentralização desenvolvido por David Santos e continuado por Sandra Vieira Jürgens. Este programa expositivo tem a intenção de ampliar o acesso público da arte contemporânea em território nacional, e para isso desenvolve estratégias de aquisição circulação e comunicação, a fim de integrar museus de norte a sul de Portugal.

A NATUREZA DO TRABALHO QUE ACOMPANHEI

Ao longo das 400 horas de estágio, acompanhei principalmente o trabalho da curadora da Coleção de Arte Contemporânea do Estado, Sandra Vieira Jürgens, e da Técnica Superior, Beatriz Hilário. Depois de 3 meses de trabalho, a equipa cresceu e passou a abranger também o trabalho da técnica superior Ana Guimarães e da estagiária na área de museologia Sara Alves. Com uma equipa pequena e um grande dinamismo de trabalho, pude entender e acompanhar em detalhe o trabalho feito em diversos setores da Coleção de Arte Contemporânea do Estado. Este trabalho envolve desde o processo de aquisição de obras de arte, como o recebimento destas obras, as trocas comunicacionais com as galerias e artistas, montagens e desmontagens de exposições, criações e desenvolvimento de exposições, projetos curatoriais, acompanhamento do estado de obras de arte, funcionamento dos acervos de obra de arte, necessidades comunicacionais, políticas de divulgação, contato com profissionais terceirizados, desenvolvimento de uma estratégia de comunicação, registo de obras de arte e muitas outras atividades realizadas no dia a dia desta coleção.

O trabalho de Sandra Vieira Jürgens, diretora e curadora da Coleção de Arte Contemporânea do Estado, divide-se em uma série de funções como: dirigir, coordenar e gerir a equipa da coleção; bem como coordenar a Comissão para a Aquisição de Obras de Arte (CAAC); desenvolver uma política de aquisições da Coleção; desenvolver uma política de fruição pública, com a circulação, divulgação, preservação e conservação da Coleção; elaborar a programação anual de exposições, publicações, atividades e ações educativas da Coleção; indicar as necessidades comunicacionais da Coleção; comissariar exposições da Coleção em articulação com a Rede Portuguesa de Arte Contemporânea (RPAC) e demais instituições artísticas nacionais; celebrar protocolos com entidades públicas ou privadas, tendo em vista a representatividade da arte contemporânea portuguesa no tecido nacional; constituir parcerias e obter mecenato e apoios; promover uma política de internacionalização da Coleção, através de exposições e outras atividades; promover redes de trabalho em contexto nacional e internacional; fazer o controle orçamental dos gastos que envolvem as atividades da Coleção; constituir a representação oficial da CACE e algumas outras funções englobadas neste trabalho.

Já o trabalho das técnicas superiores Beatriz Hilário e Ana Guimarães constitui-se de funções auxiliares à curadora e dentro disto engloba a elaboração do planeamento, mapas e cronogramas expositivos produzidos pela CACE; a elaboração dos *dossiers* de exposição; a

coordenação dos relatórios de verificação do estado de conservação das obras, autos de entrega e receção; coordenação das fichas de obras e sistematização dos requisitos técnicos de montagem das obras no contexto expositivo; análise dos *facility reports* nas entidades parceiras e das características dos espaços expositivos; a coordenação, gestão e acompanhamento dos transportes e seguros de obras de arte; a coordenação e supervisão das montagens e desmontagens das exposições em articulação com as equipas especializadas neste serviço e as entidades parceiras; a coordenação do material gráfico, sinalética, fichas técnicas, textos de parede e textos de sala em articulação com os serviços contratados e as entidades parceiras; a co-curadoria de exposições, performances, *screenings*, conversas e outras atividades públicas; o estudo e a investigação sobre a coleção e os artistas que dela participam; a gestão, organização, manutenção e monitorização das reservas da CACE dentro das normas de conservação preventiva e climatização adequadas às diferentes tipologias de obras; e a gestão e organização do website da Coleção.

A multiplicidade de atividades desenvolvidas pelo corpo de trabalho da CACE me permitiu um contato amplo com as necessidades de uma instituição de arte e as implicações diárias que envolvem o seu entorno. Este contato foi essencial para entender com maior clareza os papéis sociais desta coleção de arte pública e com isso os seus deveres comunicacionais, como um organismo público que promove o acesso à arte contemporânea e posiciona-se de maneira a informar seu público sobre o trabalho que realiza, convidando, informando e envolvendo-o nas diversas exposições decorridas bem como educando sobre os trabalhos de obra de arte que fazem parte da coleção e os artistas que os criaram.

A partir deste entendimento, pude analisar as necessidades comunicacionais da Coleção, com um olhar atento para as especificidades e o leque de atividades desenvolvido, a fim de entender uma maneira estratégica de pensar a comunicação digital promovida por este organismo.

NECESSIDADES COMUNICACIONAIS

Infelizmente, por falta de orçamento do setor público, a CACE não tem em sua equipa um profissional especializado em comunicação. A tarefa de informar o público sobre eventos, exposições, peças de arte e outros diversos assuntos que permeiam a coleção é distribuída entre a curadora e a técnica superior. Esta lacuna deu-me a oportunidade de olhar mais atentamente para as necessidades comunicacionais da Coleção de Arte Contemporânea do Estado e pude, a partir desta análise, entender as diferentes frentes comunicacionais que podem ser desenvolvidas nesta instituição.

Primeiramente, é necessário abordar a dimensão pública que esta coleção tem. A arte contemporânea está em maior parte adquirida por colecionadores privados, e além disso, não são todos os países que contam com um importante património de arte atual, produzida nos últimos 100 anos. Por isso, a existência da CACE é de relevante importância social, pois cria a possibilidade de acesso e de detenção pública de trabalhos de arte contemporânea. Esta função social deve ser estendida ao setor comunicacional e entendida pelo público como um direito a informação, já que, a partir dos impostos, contribuem para que esta coleção exista e seja mantida.

Levando em consideração este fator, quando comecei a pensar sobre um projeto de comunicação para a CACE, sempre tive em conta a importância essencial da acessibilidade e difusão dos conteúdos publicados nas redes sociais. Entendi que é o dever da CACE informar, comunicar e contar ao público sobre as atividades que ali decorrem, de maneira simples, compreensível e envolvente, a fim de que toda e qualquer pessoa que tenha interesse, sinta-se motivado para seguir o perfil da CACE no *Instagram* e acompanhar mais de perto as tarefas ali realizadas. A intenção é que qualquer pessoa de norte a sul de Portugal, ou mesmo de fora do país, de qualquer faixa etária, cidade ou de diferentes níveis de escolaridade ou formação, sinta-se envolvido e convidado para o que acontece na CACE. Esta maneira de pensar estende o próprio projeto de descentralização desenvolvido por David Santos mencionado acima já que promove a comunicação em sua forma mais ampla, através do *online*. O espectador do conteúdo do *Instagram* da CACE deve sempre olhar para o que acontece ali com a esperança de está tão perto dos acontecimentos que pode sentir-se a vontade para participar de qualquer inauguração, visita guiada ou outras atividades que decorrerão pelo país ao longo do ano.

Depois de entender esta função principal, passei então a pensar sobre cada setor de atividade da Coleção e as necessidades comunicacionais que as envolvem. Como dito anteriormente, além de deter um grande espólio de arte contemporânea, são feitas aquisições anuais, bem como exposições por todo território nacional e por vezes internacional que envolvem eventos de inauguração, visitas guiadas, conversas, palestras, *screenings*, atividades educativas e outros. Para além disto, a própria coleção em si evolve diversas peças de arte que assim como são expostas nos espaços físicos, podem contar com a possibilidade de ser vistas e entendidas de forma digital.

A comunicação *online* da CACE deve corresponder com sua múltipla atividade *offline*, de forma que o público compreenda a dimensão do que ali acontece. O plano de comunicação que desenvolvi abrangeu os mais importantes fatores e para que isso acontecesse, criei conteúdos que se distribuíram entre: publicações informativas sobre algumas obras escolhidas que fazem parte da Coleção; publicações anunciando a abertura de exposições; publicações sobre os catálogos produzidos para cada exposição; publicações convidando o público para eventos, conversas, apresentações, visitas guiadas, etc; publicações com os resultados destes eventos; publicações com vistas das exposições; publicações sobre a própria CACE e publicações sobre notícias e acontecimentos que envolvem a CACE. Todos estes conteúdos foram produzidos de múltiplas formas e envolveram processos de captação de vídeos e áudios, fotografias, edição e montagem, *design* gráfico, *copywriting* e outros recursos para criar publicações diversas.

Estas necessidades comunicacionais práticas me fizeram articular um plano de comunicação que levasse em consideração o que foi estudado ao longo do Mestrado de Ciências da Comunicação - Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias ao pensar a atividade comunicacional *online* de um organismo do Estado que conta com diversas especificidades institucionais por permear o ambiente público e também lidar de forma ativa com o privado. A oportunidade de realizar este trabalho fez-me entrar em contato com as questões que o rondam e passei a pensar sobre a Comunicação de Cultura de maneira mais profunda e articulada com o seu público. Além disso, o importante fator digital que envolve esta comunicação e como esta maneira de comunicar, hoje, estabelece-se como a principal forma de atingir maiores públicos. Pensando a partir deste ponto, discutir sobre a era de digitalização que os museus e instituições de arte vem passando nos últimos anos. Também, a relevância do aspecto visual em todas estas formas de comunicação digital, que podem se estender por diversos formatos. E finalmente, uma estratégia de comunicação que envolva o seu público e

cumpra o dever informacional a fim de criar uma certa fidelidade e acompanhamento do conteúdo de divulgação da CACE.

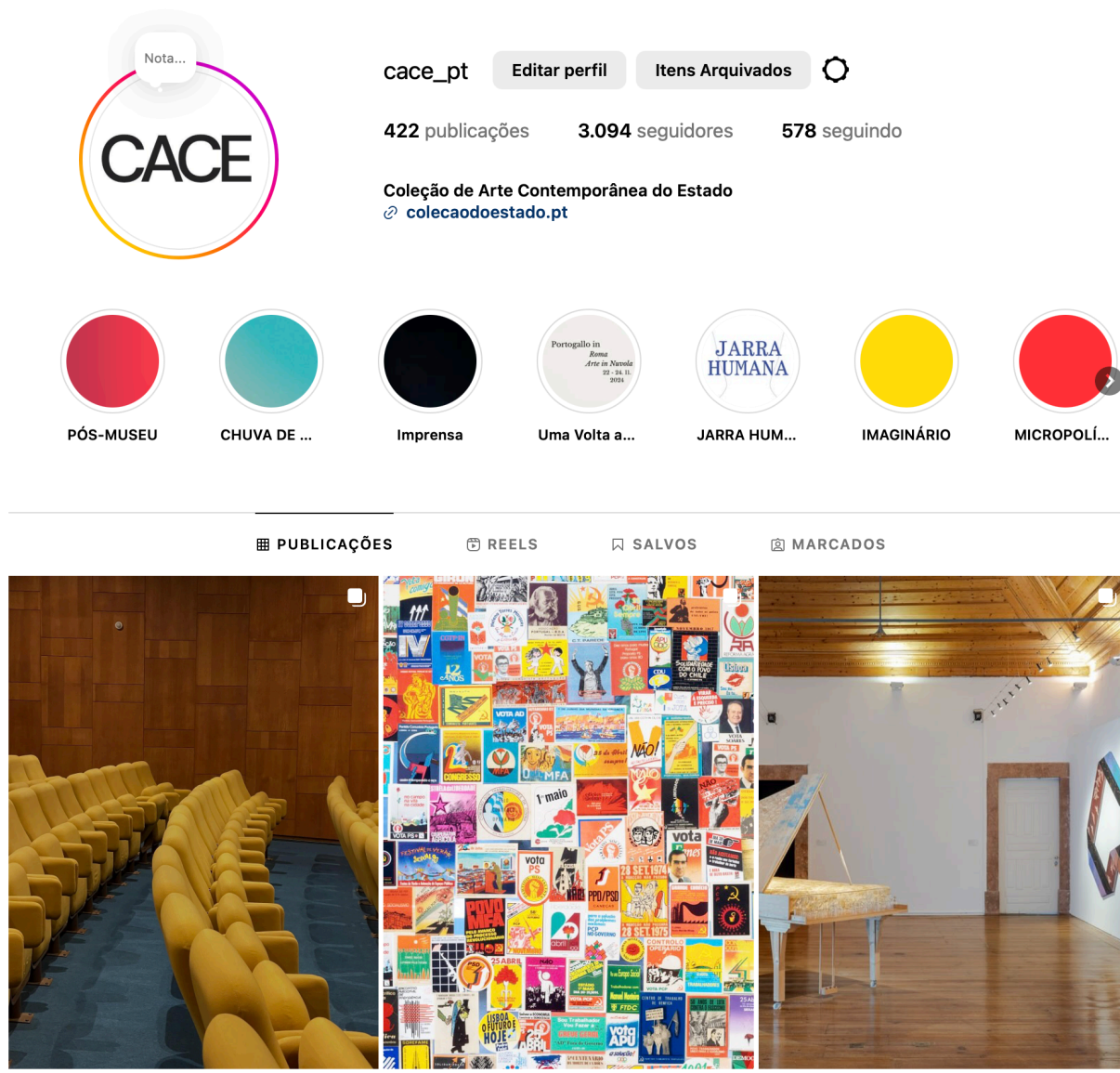


Figura 1. Página principal do perfil no *Instagram* da CACE (Acessado em 29/04/2025 através do link: https://www.instagram.com/cace_pt/)

COMUNICAÇÃO DE CULTURA

Comunicar é uma característica intrinsecamente humana e conforme o pensamento do filósofo Aristoteles, o homem só pode transformar-se em um ser político na medida em que vive em associação com outros, isto é, partilhando com ele bens e valores comuns. (Santos, 2004 p.959). Partindo do pressuposto geral de que “saber é poder”, afirma-se aqui a importância e a potência da comunicação, já que os saberes e conhecimentos só são obtidos e espalhados socialmente através da comunicação. Por isso, a comunicação deve ser considerada um direito social básico e como um fenômeno humano que vai além da transmissão de informações. A comunicação é o que cria conjuntos e estrutura a sociedade.

Pensar em comunicação de forma estratégica remete ao exercício de poder presente nos processos e no exercício das negociações por parte dos atores envolvidos nas mais diversas e possíveis aplicações no contexto das esferas públicas e privadas da sociedade (Kunsch, 2018, p.14). A comunicação é importante para o ser humano desde sua estruturação como sociedade, mas a partir do século XX com a intensificação da mídia digital como forma mais difundida dos meios de comunicação, houve uma mudança de paradigma. A força da comunicação *online* dentro dos contextos socioeconômicos e políticos é ainda objeto de contemplação de estudiosos e pesquisadores. Para a construção deste relatório e conclusão do estágio realizado na Coleção de Arte Contemporânea do Estado reflito sobre a importância da comunicação digital dentro do universo da cultura e contemplo as mídias digitais como democratizadas do conhecimento a arte.

Com a popularização dos recursos digitais e consolidação de redes sociais como o *Instagram*, percebe-se cada vez mais que, além da palavra, a imagem tem um poder comunicativo e cria tanto impacto na cultura humana quanto na linguagem articulada escrita. Além disso, depois da difusão destas redes sociais, a comunicação tornou-se tão rápida e frequente, que cada vez usam-se menos palavras e mais imagens, já que a imagem permite uma capacidade de leitura mais rápida e abrangente do que a escrita. Este é um assunto que será mais aprofundado no capítulo “Design de Comunicação”, mas aqui serve como gancho para entender que a comunicação expressa através de imagens dentro dos meios tem um poder de veicular as informações de uma forma muito mais rápida e acessível do que qualquer instituição de ensino conseguiria alguma vez fazer. Por isso, este tipo de comunicação tem um poder de informação que serve para complementar ou as vezes até

contrariar a informação vinda de instituições de ensino: uma comparação entre uma informação rápida, constantemente ativa e globalizada e outra consolidada, trabalhada e restrita.

“(...) A escola constitui-se sempre como um pólo de concentração espaço-temporal assente na divisão do trabalho entre professores, numa tentativa de impor uma receptividade máxima em certos períodos da vida (infância, adolescência) e, finalmente, na avaliação constante do rendimento desse trabalho. Esta educação e cultura adquiridas num espaço concentrado e num tempo determinado, contrasta com outra em que a aprendizagem, a aquisição de conhecimentos e a hierarquização de valores, não se ligam a nenhum espaço, nem tempo definidos” (Santos, 2004, p. 960). Não quer dizer que a comunicação *online* exista para substituir a escola, mas é impossível contrariar o aspecto acessível que a informação circulada em medias digitais têm quando comparada à informação acadêmica.

Este contexto serve para dizer que quando finalizei minha graduação em Artes Visuais pela Faculdade Armando Álvares Penteado, em São Paulo, incomodava-me com o aspecto restrito que a universidade representava no conhecimento acerca das artes visuais. A sensação era de que só sabia de arte quem estudava arte na universidade. Essa restrição à informação revoltava-me, já que acredito profundamente no direito ao conhecimento, e como já vimos antes, “saber é poder”, e eu não queria continuar apoiando um sistema que confina a informação e o conhecimento de arte a uma minúscula parcela da sociedade que tem a oportunidade de estudar sobre o assunto dentro de uma academia. Por isso, quando chegou o momento de escolher um Mestrado, decidi prezar pelo acesso a informação de cultura e por isso escolhi o curso em Ciências da Comunicação especializado em Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias. Entendi que se existe alguma forma de tornar o conhecimento sobre arte e cultura mais acessível socialmente seria através da comunicação. "Num mundo em que uma educação e uma cultura de base parecem ser um direito de todos e de cada um, em que a democratização dos bens faz parte da consciência comum, que correlação existirá entre essa aspiração legítima de todos os cidadãos e as possibilidades de acesso a ela através dos meios de comunicação de massa?" (Santos, 2004, p. 961).

O estágio que realizei dentro do departamento de comunicação da Coleção de Arte Contemporânea do Estado pode então consolidar este desejo de criar uma ponte de acesso a informação de arte. Nele, voltei a refletir sobre os questionamentos que fazia durante minha graduação e percebi que falar sobre comunicação de cultura parece mais fácil quando pensamos em

linguagens que já foram exploradas no digital como o cinema, a fotografia e a música. Quando se fala sobre arte e principalmente arte contemporânea, existe um desafio em encontrar uma comunicação digital que não vá de encontro ao conceito fundamental do objeto de arte.

Comunicar e trazer acesso à arte é algo que pode ir de encontro ao conceito estético do que a arte representa e corre o risco de quebrar com o encanto ou o fator místico da obra de arte. Durante todo este processo de comunicar arte contemporânea, percebi que existe uma diferença enorme entre ver fotografias de obras de arte, ver obras de arte fora de seus espaços expositivos (por exemplo em acervos ou em momentos de transporte) e vê-las em contexto curatorial. A força e potência das obras de arte é criada em conjunto com outras, e este é o trabalho essencial da curadoria, de observar e colocar em relação trabalhos de diferentes contextos. Por isso, mesmo que a comunicação tenha o poder de informar e educar sobre cada exposição, motivo curatorial, ou sobre uma obra de arte em si, a presença do expectador no espaço expositivo é algo inegociável para que a experiência da obra de arte seja completa.

A comunicação *online* deve então surgir como um primeiro acesso, um ponto de curiosidade e interesse, para que o expectador tenha vontade de ver mais, de ir até o espaço expositivo e tirar suas próprias conclusões sobre a curadoria e sobre cada obra de arte. Por isso, mesmo que sirva como fator essencial para a informação, ela deve existir e divulgar de forma cuidadosa e atenciosa, para que não entregue todos os detalhes. Quase como um *trailer*, que divulga um filme, mas não entrega os detalhes para que o expectador fique animado para saber o fim e vê-lo com os próprios olhos.

Ou seja, durante este estágio encarei o desafio de comunicar a arte contemporânea de uma forma que gerasse acessibilidade, interesse e engajamento, porém com o cuidado e a atenção de não revelar demais sobre as próprias obras de arte em si, ou o processo curatorial, as informações sobre cada artista, a fim de que não fosse perdida a qualidade misteriosa e a abordagem de constatação pessoal que a leitura de uma obra de arte tem a capacidade de transmitir. O dever de comunicar parte do pressuposto de que o expectador possa ter a quantidade de informação suficiente para, quando experimentar a exposição com os próprios olhos, tenha a capacidade crítica de julgar e compreender o que vê a partir de seus próprios pensamentos e vivências pessoais. Este fator humano da experiência da obra de arte não pode ser perdido no processo comunicacional.

Ao conversar com pessoas que trabalham em outros departamentos que envolvem a arte contemporânea, ou até mesmo ao analisar a presença digital e a comunicação de outras instituições museológicas, observo que esta é uma preocupação que circula entre o meio. Ao mesmo tempo existe a necessidade de estar presente e ativo de forma *online*, com um *site* ativo e com uma conta no Instagram diariamente alimentada, mas estas instituições não podem perder a presença física dos seus expectadores. Por isso, a estratégia comunicacional deve ser muito bem pensada para representar este equilíbrio.

A DIGITALIZAÇÃO DO MUSEU

“A comunicação organizacional, na contemporaneidade, assim como as demais áreas da comunicação, passa por grandes transformações face à era digital e às novas exigências da sociedade e do mundo econômico e político” (Kunsch, 2018, p. 16). Com a emergência e a consolidação das novas tecnologias no meio comunicacional, as instituições e organizações tiveram que enfrentar um novo cenário de produção e reprodução de informações e conteúdos midiáticos. Hoje, a comunicação institucional, além de servir aos propósitos de divulgação e *marketing*, também coloca-se como maneira de criar um posicionamento e agregar valor às instituições e ao trabalho que a elas pertence. Na sociedade atual, essa forma de posicionamento é extremamente valorizada e a comunicação organizacional existe como forma de acompanhar o compasso político e social que reflete os tempos modernos.

O livro *The Logic of the Collection*, publicado em 2021, do filósofo e teórico de arte Boris Groys aborda o papel e a lógica das coleções de arte no contexto contemporâneo e principalmente sobre o museu na era dos media, apontando para o movimento de digitalização das coleções. Ele argumenta que o museu, que antes era um espaço privilegiado de acesso à arte, hoje, com a proliferação de medias digitais, compete atenção e passa por dificuldades com a sua principal característica de presença física no espaço. Este reposicionamento levanta uma questão essencial sobre o contraste entre obra de arte e imagem de obra de arte e nesta última década, como os museus tem posicionado sua comunicação a fim de continuar sendo relevantes transmissores de arte.

O surgimento da *internet* e da comunicação digital já existe há algumas décadas, mas depois do Covid-19 em 2020 e um momento de reclusão social, os museus, que dependiam de visitas presenciais, passaram a pensar em uma maneira de continuar sua atividade de uma forma que não implicasse a presença física dos corpos nos espaços expositivos. Isso fez com que houvesse uma tomada de atitude mais séria acerca da digitalização destes espaços e dos itens pertencentes ao seus acervos. “Com o advento da pandemia do Covid-19 em 2020 e o encerramento dos museus por razões sanitárias, houve um aumento exponencial na utilização dos meios digitais para manter um diálogo com o público e preservar as coleções.” (Boulos, 2021).

Após este momento, entendeu-se que a digitalização dos museus é algo de extrema importância não apenas para que essas instituições possam acompanhar o ritmo digital e comunicativo do mundo mas também para existir como forma de gerar acesso a estes espaços que inicialmente só permitiam o seu conhecimento com uma visita presencial. Hoje, podemos conhecer a coleção de diversos museus ao redor do mundo com a distância de uma tela e ter o alcance a este tipo de informação sem a necessidade de deslocamento faz com que muito mais pessoas possam pesquisar e entender sobre arte.

Porém, esta digitalização de museus e principalmente de obras de arte implica em outra problemática: o que se vê nos arquivos digitalizados são imagens das obras de arte e não as obras de arte em si. Ver imagens não significa ver as obras, presencia-las e entender suas complexidades. O conceito de reprodutibilidade técnica de Walter Benjamin anuncia uma grande mudança na experiência com a obra de arte. A invasão da sociedade de consumo no campo da arte desestabiliza o valor da obra e no lugar do culto ganhamos o valor de exposição. Assim como apontado por Groys, o valor da arte em contexto midiático é diferente do seu valor em contexto artístico, expositivo. Dentro do contexto de arte contemporânea, o espaço expositivo tem ainda mais relevância porque, quando tirados de seus contextos, os objetos de arte perdem o sentido e podem se transformar em apenas objetos comuns. O museu transforma o significado dos objetos.

Esta questão implica em uma distorção da compreensão dos trabalhos de arte e torna-se ainda mais complicado quando fala-se sobre arte contemporânea a partir do momento que os trabalhos muitas vezes não são bidimensionais e contam com uma experiência imersiva para que sejam compreendidos em sua totalidade. Por isso, os problemas colocados por Walter Benjamin em *A Obra de Arte na era da Reprodutibilidade Técnica* (1935) continuam vivos e o desafio da

comunicação cultural é encontrar uma maneira de registrar, divulgar e comunicar os trabalhos de arte de maneira que sejam melhor compreendidos através de uma tela, mas também sem revelar inteiramente o que são, a fim de gerar uma curiosidade no expectador para que apesar de vê-los digitalmente, tenha também a vontade de percebê-los de forma presencial.

A partir dos anos 1990, houve uma grande virada na produção de arte contemporânea: passou a pensar-se sobre uma forma de arte que envolve o público como jamais feito anteriormente. Artistas passaram a se apropriar de formas sociais como uma maneira de trazer a arte próxima do dia a dia (Bishop, p. 10, 2006). É o caso de artistas como Hélio Oiticica, Joseph Beuys, Martha Rosler e Tom Marioni (Bishop, p.10, 2006). No princípio dos anos 2000, a arte participativa trouxe o envolvimento do público dentro de sua produção, e a partir disto foram levantadas novas questões sociais e políticas. Esta virada corresponde com a virada comunicacional, que a partir do advento da *internet*, cria uma outra camada participativa com o seu público.

Em seu livro *Participation* (2006), Clair Bishop faz uma reunião de textos escritos por filósofos, pensadores e artistas que falam justamente sobre esta camada participativa da arte e as implicações sociais que ela cria. A autora traz a referência de Walter Benjamin quando comenta que o propósito de um trabalho de arte está inscrito no espaço que ele ocupa nas produções relacionais de seu tempo e ainda cita: “o trabalho de arte deve ativamente intervir e providenciar um modelo que permite que o seu expectador se envolva no processo de produção” (Bishop, p. 11, 2006). Este processo de maior envolvimento do expectador dentro da produção está intrinsecamente relacionado com as mudanças comunicacionais que as novas tecnologias permitiram.

No aspecto comunicacional, as redes sociais permitem o pico da troca interativa entre emissor e receptor: a participação do público na troca comunicacional nunca foi tão possível quanto é agora. As plataformas sociais criam um canal de comunicação direto com qualquer pessoa, artista, instituição ou organização que nela esteja presente. O objetivo ideal seria que estas plataformas pudessem informar seus expectadores ao ponto de que ele tenham recursos suficientes para tirarem as próprias conclusões acerca do material que vêem e, além disso, possam comentar publicamente o que pensam. Este aparato, quando funciona, permite que mais consumidores transformem-se em produtores - ou seja, transforma os leitores ou expectadores em colaboradores (Bishop, p. 11, 2006).

Nota-se a preocupação dos museus e instituições culturais em manter uma comunicação aberta e dinâmica com o seu público. Pode-se analisar, por exemplo, a conta do *Instagram* de grandes e importantes museus de arte contemporânea no cenário mundial como o *Tate Modern*, em Londres, o *Stedelijkmuseum*, em Amsterdão, o MASP, em São Paulo, o Centro de Arte Moderna Gulbenkian e outros vários, que escolhem fazer sua comunicação de forma a informar o público sobre os trabalhos que ali são expostos, mas também os estimula a pensar, criticar e criar um diálogo aberto, em troca com o museu. Desta forma, não apenas colocam-se como mero *showroom*, mas promovem, ativamente a troca crítica com o seu público. A linguagem que utilizam em suas publicações deixa claro a vontade de criar acessibilidade a arte e atingir públicos abrangentes.

Podemos ver isto, por exemplo, no *post*¹ do *Instagram* do *Tate Modern* acerca da pintura *The Sitter*, 2002, de Bárbara Waker, onde se observa a utilização de *emojis* na legenda e uma forma simples e compreensível de explicar esta obra de arte, e também estimula a visita do expectador, já que faz questão de comentar no texto que a pintura é parte de uma grande série.

O *Stedelijkmuseum* cria diálogo ao fazer publicações que relacionam os trabalhos de arte ali expostos com outras linguagens artísticas. É o caso do *post*² acerca da pintura *Asshole (Reflections in a Golden Eye)* da *Liz Taylor Series*, 2001, de Kathe Burkhart que exhibe fotografias da pintura e na legenda começa com pergunta: “Amantes de filmes, vocês reconhecem esta cena?”. Uma linguagem parecida é adotada pelo MASP, que inicia a legenda de uma de suas postagens³ com “Algumas obras a gente sente antes mesmo de entender. Que sensação essas obras te trazem? Conta nos comentários”. O CAM Gulbenkian posiciona-se de forma parecida, faz uso de uma linguagem descontraída, na publicação⁴ acerca da exposição “Arte Britânica - Ponto de Fuga” com a utilização de *emojis* na legenda, leitura fácil e compreensível, contando informações curiosas sobre a obra de David Hockney e convidando o público para vê-la ao vivo.

¹ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DLipeZjzuJj/> (Acesso em 20/04/2025)

² A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DEm4J6QsUkr/?img_index=1 (Acesso em 20/04/2025)

³ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/reel/DIwvArKp5HE/> (Acesso em 20/04/2025)

⁴ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DIB5y1Dsycx/?img_index=1 (Acesso em 20/04/2025)



tate 'With visibility comes worth; with worth comes humanity' – Barbara Walker ❤️

This oil painting by Barbara Walker shows a young girl having her hair braided, the composition centred on her pensive face. Painted in a restricted palette of warm colours, the folds of the woman's red dress and the creases of the sofa evoke the soft, comfortable interior of the living room. 🖌️

This is part of a larger series of twenty-four paintings titled 'Private Face', produced early in Walker's career, between 1998 and 2002, that aimed to depict her Black British Caribbean community in Handsworth, Birmingham. Walker says 'Private Face was certainly an attempt to depict everyday activities and situations, showing us at play, at worship, and at work. The work sought to dispel negative, stereotypical images that we are, quite frankly, burdened with. I wanted to present us as multidimensional human beings.'

📍 Barbara Walker, *The Sitter* 2002, currently on loan to the Arnolfini Gallery (Bristol).

Figuras 3 e 4: Publicação do *Instagram* na conta do Tate. Acessado em 20/04/2025 através do link: <https://www.instagram.com/p/DIipeZjzuJj/>



Curtido por pilou.grl e outras pessoas

stedelijkmuseum Movie lovers, do you recognize this scene? In this painting, Kathe Burkhart captures a moment from 'Reflections in a Golden Eye' (1967). Here, we see actress Elizabeth Taylor. Burkhart considered Taylor to be the ultimate example of a fierce woman and an icon for the LGBTQI+ community.

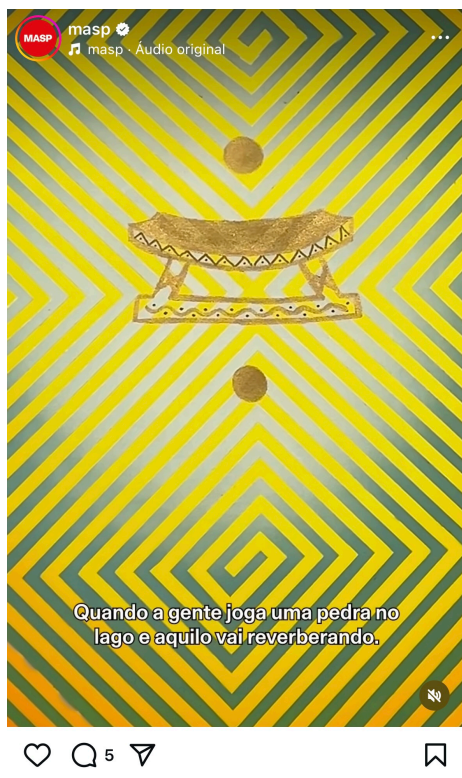
This artwork is part of the 'Liz Taylor Series', a feminist project that Burkhart has been working on since 1982. In the works, she combines a graphic painting style with provocative texts and materials like foil, glitter, and lace. In this piece she used a real zipper.

Kathe Burkhart, 'Asshole (Reflections in a Golden Eye)', from the Liz Taylor Series', 2001

#stedelijkmuseum #amsterdam #contemporaryart #modernart #designmuseum #kathiburkhart #stedelijk

9 de janeiro · Ver tradução

Figuras 4 e 5: Publicação do *Instagram* na conta do Stedelijkmuseum. Acessado em 20/05/2025 através do link: https://www.instagram.com/p/DEm4J6QsUkr/?img_index=1



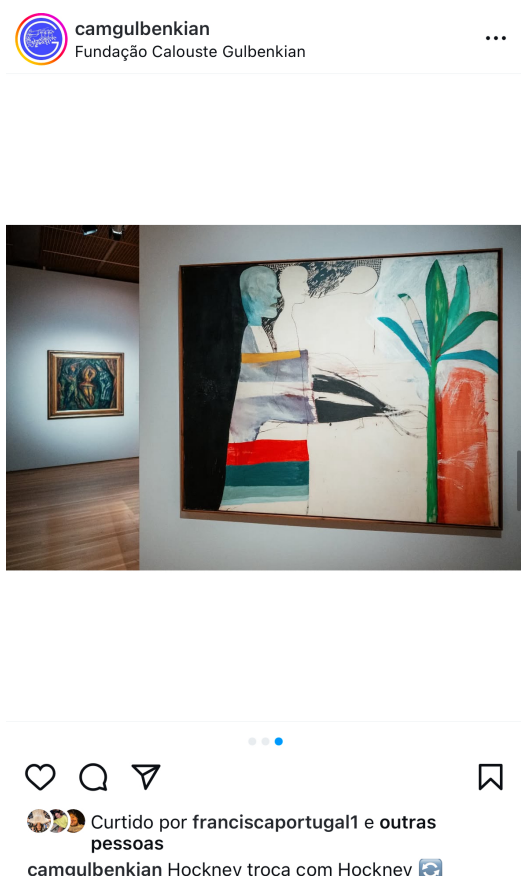
5

Curtido por paulovicelli e outras pessoas
 masp Algumas obras a gente sente antes mesmo de entender.
 Que sensação essas obras te trazem? Conta nos comentários.
 Sexta-feira gratuita no MASP: das 18h até 21h (entrada até 20h) – Patrocínio de B3 – A cortesia é para todos, sem necessidade de ter cartão do patrocinador.

Daiara Tukano (1982), 'Kumurô', sem data, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, doação Fábio Ulhoa Coelho e Mônica Andriago Moreira de Ulhoa Coelho, no contexto da exposição Histórias brasileiras, 2022-23
 Iorubá, Nigéria, Tribo Yoruba, 'Exu', sem data, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, doação Cecil Chow Robilotta e Manoel Roberto Robilotta, em memória de Ruth Arouca e Domingos Robilotta, 2012
 Beatriz Milhazes (1960), 'Avenida Paulista', 2020, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, doação da artista, 2020
 Claude Monet (1840-1926), 'A ponte japonesa sobre a lagoa das ninfeas em Giverny', 1920-24, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, doação Louis La Saigne, 1948

Há 16 horas

Figuras 5 e 6: Publicação do *Instagram* na conta do MASP. Acessado em 20/04/2025 através do link: <https://www.instagram.com/reel/DIwvArKp5HE/>



camgulbenkian Hockney troca com Hockney

A exposição "Arte Britânica – Ponto de Fuga" recebe agora uma obra praticamente inédita do pintor David Hockney. A pintura veio da sua coleção particular em Los Angeles para a Gulbenkian em substituição de "Renaissance Head" (1963), pintura emblemática da Coleção do CAM, cedida para exposição do pintor na Fundação Louis Vuitton, em Paris, com abertura ao público a 9 de abril.

"Two Boys and a Tree" (1962) é uma pintura de grandes dimensões e que apenas foi apresentada ao público uma única vez, em 2022, na exposição "Hockney-Matisse: Un Paradis Retrouvé", no Museu Matisse, em Nice, exposição evocativa de surpreendentes ressonâncias na obra dos dois pintores, unindo a Côte d'Azur e a Califórnia.

Este fim de semana, aproveita para visitar "Arte Britânica – Ponto de Fuga", na Galeria Principal da Fundação Gulbenkian.

Figuras 7 e 8: Publicação do *Instagram* na conta do CAM Gulbenkian. Acessado em 20/04/2025 através do link: https://www.instagram.com/p/DIB5y1Dsyc/?img_index=1

Estes exemplos mostram como a comunicação digital feita por instituições museológicas de arte contemporânea colocam-se de forma aberta e interativa com o seu público. Criam diálogos, propõem conversas, exibem-se de maneira próxima com o seu expectador, sempre informando, com cuidado e com a vontade de instigar a curiosidade e o interesse do público, a fim de envolvê-lo não apenas em uma experiência digital, mas em algo que transpõe a tela e continua para dentro do espaço expositivo.

Para que este interesse e troca contínua aconteça com o público, não é apenas a linguagem escrita que é levada em consideração. Os museus e instituições de arte hoje tem a a grande preocupação de digitalizar em imagens todo o seu acervo de peças, tarefa que pode não ser muito simples quando contam, muitas vezes, com milhares de exemplares em diferentes formatos e tamanhos. Esta digitalização em formato de arquivo pode ser pesquisada nos *websites* de alguns museus e seus bancos de dados contam com as informações essenciais das obras como nome do artista, data de realização do trabalho, título, dimensões e técnica, como pode ser visto no *site* do MASP.

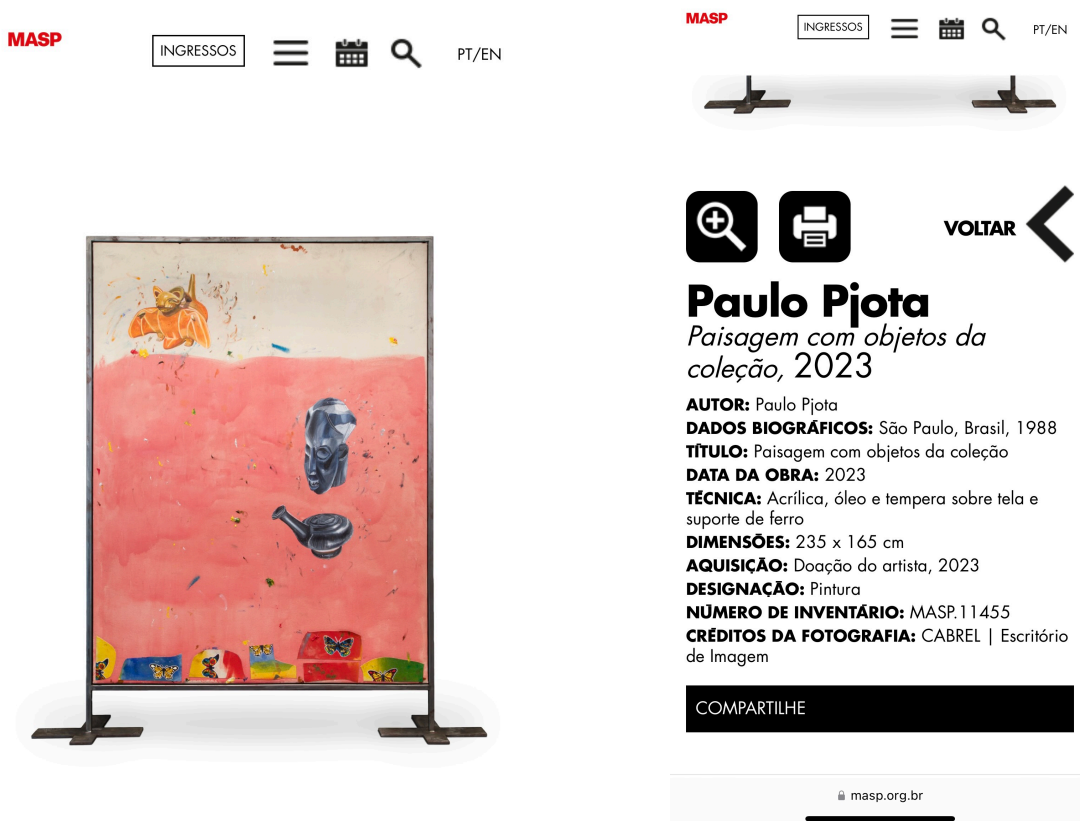
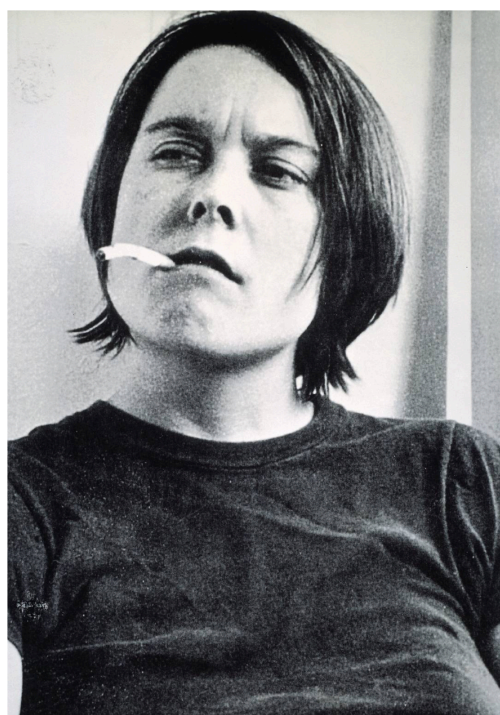


Figura 9 e 10: Página do *site* do MASP sobre o trabalho *Paisagem com objetos da coleção, 2023*, de Paulo Pjota. Acessado em 20/04/2025 através do link: <https://masp.org.br/acervo/obra/paisagem-com-objetos-da-colecao>

Outros museus ainda vão além e incluem um texto explicativo ou crítico que informa o público acerca da vida do artista, o contexto de criação da obra e a relação do artista com outros artistas que fazem parte de seu acervo. É o caso do *Tate Modern* e da própria Coleção de Arte Contemporânea do Estado. Ambos permitem a pesquisa quase total de seu acervo e disponibilizam textos acerca dos trabalhos que fazem parte de suas coleções.



© Sarah Lucas

ARTWORK INFORMATION

Fighting Fire with Fire

1996, [Sarah Lucas](#)

DETAILS

ARTIST	Sarah Lucas born 1962
PART OF	Self-Portraits 1990-1998
MEDIUM	Digital print on paper
DIMENSIONS	image: 730 x 510 mm support: 760 x 565 mm frame: 910 x 650 x 33 mm
COLLECTION	Tate
ACQUISITION	Purchased 2001
REFERENCE	P78449

COLLECTION TEXT

Figura 11: Página do *site* do Tate Modern sobre o trabalho *Fighting Fire with Fire*, 1996, de Sarah Lucas. Acessado em 20/04/2025 através do link: <https://www.tate.org.uk/art/artworks/lucas-fighting-fire-with-fire-p78449>

Lucas's group of twelve photographic self portraits have been reproduced digitally as Iris prints in an edition of one hundred and fifty. They range from her first photographic self portrait, *Eating a Banana* 1990 (P78443) to the more recent *Human Toilet Revisited* 1998, which also exists in the Tate collection as a c-type print (Tate P78299). Photographic self portraits have been an important element of Lucas's work since the early 1990s. The seminal *Eating a Banana* changed Lucas's perception of her 'masculine' appearance from being a disadvantage to being something she could use in her art. 'I suddenly could see the strength of the masculinity about it - the usefulness of it to the subject struck me at that point, and since then I've used that' (Lucas quoted in Barber, p.16). The resulting confrontational self portrait photographs, made throughout the 1990s, complement her sculptural and installation work. Through them she presents an identity which challenges stereotypical representations of gender and sexuality. Posing simultaneously as tough and abject, macho but female, she creates an image of defiant femininity.

frothing beer. Like *Eating a Banana* and Lucas's film, *Sausage Film* 1990 (Tate T07313), it satirises traditional female roles in pornography. These images present a female artist of masculine appearance as an object for male desire.

Cigarettes have featured regularly in Lucas's work, as a rebel accessory, a phallic stand-in and a means for independence, for 'possessing time in a palpable way, stopping to pause and contemplate. It's really important to have areas of your life - whether it's walking into a pub or smoking - where you suddenly feel you've found your own time zone.' (Lucas quoted in Sarah Kent, 'Young at Art', *Time Out*, October 7-14 1998, pp.38-42, p.42.) *Fighting Fire with Fire* 1996 (P78449) is a moody close-up depicting Lucas frowning with a fag between her lips. *Smoking* 1998 (P78453) is a more meditative image of the artist exhaling smoke as she lies, looking into the distance. The mood of *Smoking* is similar to that of the earlier image *Human Toilet II* 1996 (P78448) in which Lucas sits naked on the toilet bowl holding its cistern on her lap. As in *Human Toilet Revisited* 1996 (P78454) she has been photographed looking away from the camera and presents a more vulnerable aspect than in the confrontational poses of the earlier images. She appears caught unguarded in moments of quiet contemplation,

Two of Lucas's early collages which post-date *Eating a Banana*, *Divine* 1991 (P78444) and *Self Portrait with Mug of Tea* 1993 (P78445), have been included in the group. In these two images, as in the later *Self Portrait with Fried Eggs* 1996 (P78447), Lucas appears in the macho pose she has claimed as her own. Clad in old jeans and heavy footwear, she sits with her legs wide apart and her feet planted firmly on the ground. Androgynous t-shirts and leather jackets feature in many of the images. In *Self Portrait with Knickers* 1994 (P78446) she stands, hands on her hips, her dark-coloured 'hard-chick' clothing contrasting with the white underwear strung up on a washing line behind her. In all these images her gaze back at the viewer is direct and uncompromising. Food representing or standing in for sexual body parts is a common theme in Lucas's work, mainly employed to reveal and subvert degrading objectification of the body in vernacular language. Fried eggs feature as breasts in sculptural installations and cover Lucas's own breasts in her *Self Portrait with Fried Eggs*. In *Got a Salmon On #3* 1997 (P78451) Lucas stands outside a public toilet, a huge salmon resting from her shoulder to below her waist, a pun on the idea of a female erection. *Summer* 1998 (P78452) portrays Lucas grimacing as she is sprayed with frothing beer. Like *Eating a Banana* and Lucas's film, *Sausage*

caught unguarded in moments of quiet contemplation, perhaps closer to a meditation on the death drive which prevents people from giving up smoking despite its destructive effects on the body. Lucas is fascinated by the paradoxically co-existing drives towards both sex and death described by Sigmund Freud in his essay *Beyond the Pleasure Principle* (1920). She refers to this in *Self Portrait with Skull* 1997 (P78450), a photograph in which she sits on the floor with her legs apart and a skull positioned between her feet. Equating her sex with death, this image encapsulates the fear of obliteration, through a projected fantasy of engulfing and swallowing, evoked traditionally by the female body. For Lucas, as the female subject, this threat is posed by her own urges towards pleasure and self-destruction.

Further reading:

Pippa Coles, Matthew Higgs, Jacqui Poncelet, *British Art Show 5*, exhibition catalogue, South Bank Centre, London 2000, reproduced (colour) pp.88-9
Lynn Barber, 'Drag Queen', *Observer Magazine*, London, 30 January 2000, pp.10-16
Sarah Lucas, exhibition catalogue, Museum Boymans-van Beuningen, Rotterdam 1996

Elizabeth Manchester
December 2001

artista António Olaio

biografia Lubango/Sá da Bandeira, Angola, 1963

título 3 Stripes weighing over my shoulder, série "La prospettiva is sucking reality", 2010

obra



inventário SC 1680

proprietário Coleção de Arte Contemporânea do Estado

categoria Pintura

técnica Óleo sobre tela

dimensões 150 x 150 cm

incorporação Aquisição 2020 (Comissão de Aquisição de Arte Contemporânea 2019–2020)

descrição Fundador do grupo de pop-rock eletrónico Repórter Estrábico, em 1985, António Olaio desenvolve, a par do seu trabalho em vídeo e performance, uma longa e constante prática de pintura, também surgida na década de 1980. O imaginário de Olaio reúne influências do mundo da Arte Pop, do Kitsch e do Surrealismo, que digere e transforma numa linguagem própria, desencadeando um discurso, no qual o humor tem um papel agregador. Existe um processo de laboração sobre a conjugação de imagens fotográficas que vestem qualidades cromáticas surpreendentes, combinadas com imagens do campo da ilustração e do design, e que navegam entre o agradável e o inquietante. Esta pintura, de uma refinada sobriedade, associa a interpretação de uma imagem fotográfica, que domina a composição, onde é apresentada a figura de um homem num contexto do quotidiano banal. Ao descentrar o sujeito, evitando o rosto e o retrato (aquilo que especifica a identidade), coloca a figura em grande plano aproximado, envolvendo o observador num processo de identificação subjetiva. A frase remete para as três inquietantes riscas de uma marca de calçado, essas claramente associadas a uma identidade, que se transfiguram, numa lógica surrealista, pousando as suas garras no ombro do personagem. António Olaio é também professor no Departamento de Arquitetura da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, diretor do Colégio das Artes e investigador do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra. [CAAC 2020]

Figuras 16, 17 e 18: Página do site da Coleção de

Exposições individuais

2009: *La Prospettiva*, Galeria Mario Mauroner, Viena, Áustria

2010: *La Prospettiva is Sucking Reality*, Museu do Neo-Realismo, Vila Franca de Xira, Portugal

Exposições coletivas

2023: *Una Casa, Teatro del Mundo: Obras de la Colección de Arte Contemporáneo del Estado Português*, Residência Oficial do Embaixador de Portugal em Espanha, Madrid, Espanha

2024: *MICROPOLÍTICAS: Obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado*, Centro de Arqueologia e Artes de Beja, Portugal

Bibliografia

Fernando J. Ribeiro, «Micropolíticas» in *MICROPOLÍTICAS: Obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado*. Lisboa: Maiadouro, junho de 2024, cit. p. 23, rep. p. 46, 49, 71.

Voltar

Arte Contemporânea do Estado sobre o trabalho *3 Stripes weighing over my shoulder*, série “*La prospettiva is sucking reality*”, 2010 de António Olaio. Acessado em 20/04/2025 através do link: <https://colecaodoestado.pt/sc-1680/>

Ainda assim, grande parte da forma comunicacional na era digital acontece através das imagens. As páginas da *web* são de extrema importância para permitir a pesquisa mais avançada acerca das coleções e trabalhos ali contidos, mas o primeiro contato com a comunicação digital das entidades museológicas costuma ser através de suas contas nas redes sociais. A gestão destas redes e o pensamento por trás de uma estratégia de comunicação deve levar em consideração o aspecto visual do conteúdo que é criado e da relação que uma imagem estabelece com a outra. As imagens e vídeos que são diariamente postados nas redes sociais dos museus são sempre bem pensados e posicionados a fim de criar uma estética visual atraente e convidativa. Este design estético pode parecer orgânico, mas é algo bem estruturado para que os expectadores tenham vontade de consumir o conteúdo ali postado.

DESIGN DE COMUNICAÇÃO

A “Estética” que, para além de sua vinculação específica com a arte, também passa a adquirir espaço e forma como um fenômeno estético – na forma de se pensar a comunicação humana, em seu jogo de sentidos, afetos, sensibilidades e inteligibilidades.” (Ariel, 2023). O prazer estético gera uma atração, um interesse visual que desenvolve-se em curiosidade e a partir disto, importantes informações podem ser passadas e cria-se o conhecimento. A estética visual é a porta de entrada para a compreensão de temas que atravessam o sensível e quando falamos sobre a comunicação de arte, este tema é de extrema relevância.

Criar uma comunicação visual apelativa visualmente é o que faz os consumidores dos conteúdos das redes sociais passarem a seguir estas contas e acompanhar diariamente as postagens ali publicadas. No artigo *Estética & teorias da Comunicação* (2023) o designer, publicitário, ilustrador e professor Eduardo Ariel Souza Teixeira deixa clara a relação entre o interesse pela informação e o design comunicacional e vincula a estética com um fenômeno sensível que instiga a curiosidade e atenção. ”Desta forma, a *aisthesis* é uma parte fundamental para o conhecimento, na medida em que não parece ser apenas um elemento canalizador do mundo exterior para a mente intelectual, mas também um elemento mediador da relação entre a mente e a realidade.” (Ariel, 2023).

Sendo assim, quando se fala de comunicação na era digital a imagem vem antes da informação escrita e se não for cuidadosamente pensada e desenvolvida, pode ser que os expectadores não cheguem a ler a informação escrita. Por isso, ao pensar em um plano de comunicação para o *Instagram* da CACE sempre tive em mente o aspecto visual de cada publicação e a relação visual e informativa que cada uma destas postagens e imagens estabelecem entre si. Pensar não apenas no conteúdo informativo das publicações envolve um trabalho de relação de cores, formas, fotografias, posicionamento de imagem, montagem e design gráfico.

Este trabalho estético é visto nas redes sociais de instituições museológicas e também em outros tipo de plataforma que promova o acesso a informação de cultura ou qualquer outra forma de expressão visual. Abaixo, seguem alguns exemplos da maneira como compus o *feed* da CACE no período em que estive presente como responsável pela comunicação digital em comparação com outros dois exemplos: a relação de imagens e cores proposta pelo MASP e a forma como revista de arte contemporânea *ArtForum* decide fazer sua composição.

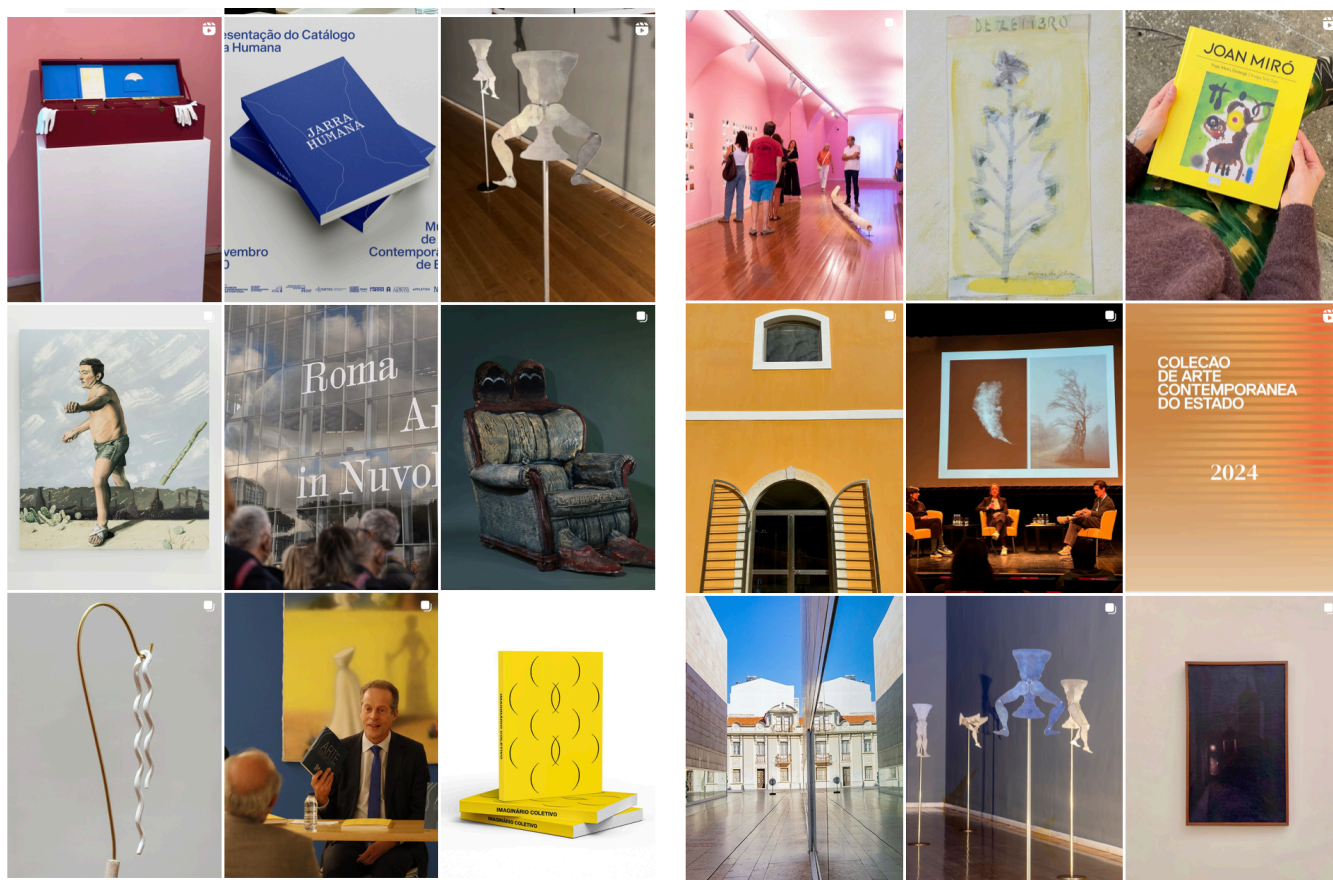


Figura 19: Feed do Instagram da Coleção de Arte Contemporânea entre 16 de outubro de 2024 e 6 de novembro de 2024. Acessado em 20/04/2025 através do link: https://www.instagram.com/cace_pt/

Figura 20: Feed do Instagram da Coleção de Arte Contemporânea entre 4 de dezembro de 2024 e 29 de dezembro de 2024. Acessado em 20/04/2025 através do link: https://www.instagram.com/cace_pt/

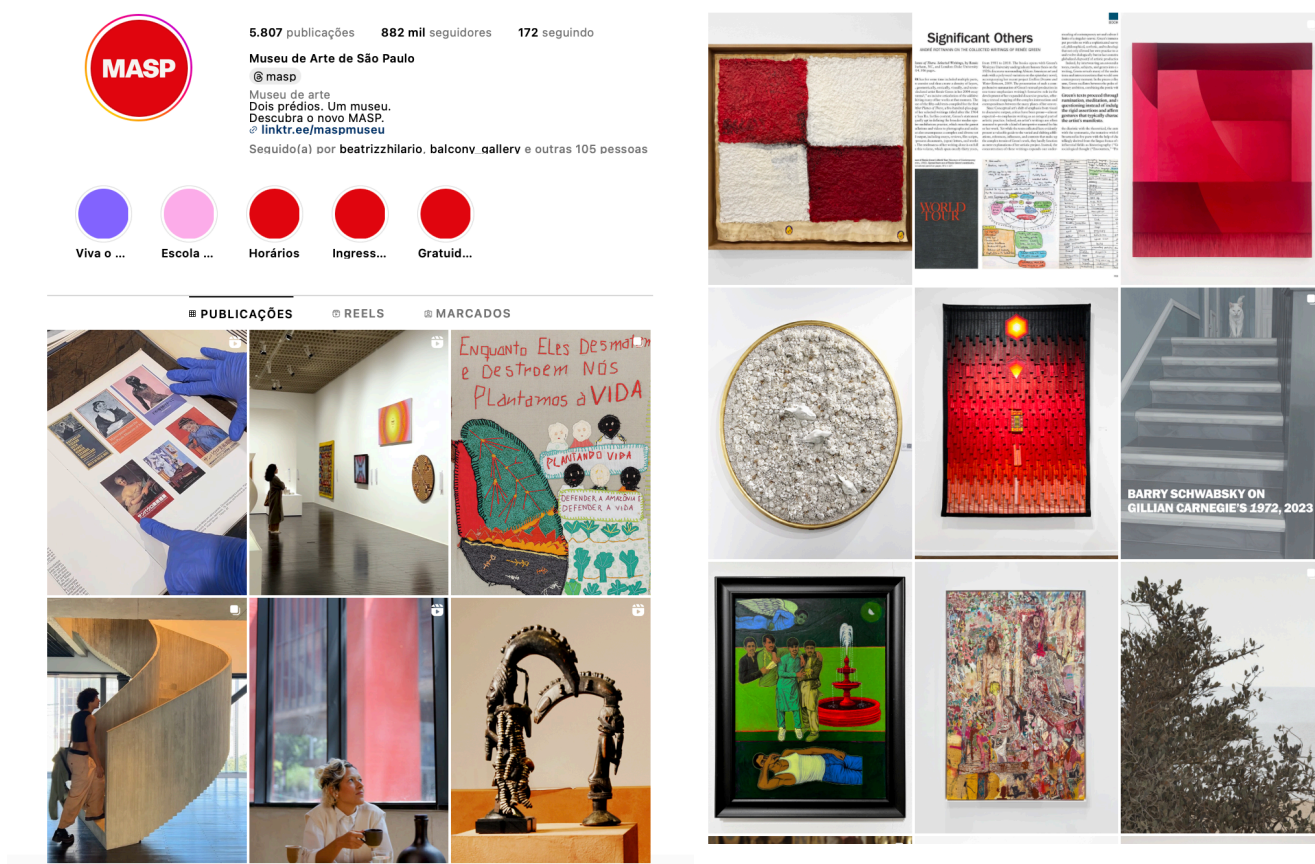


Figura 21: Página principal do perfil do Instagram do MASP. Acessado em 23/04/2025 através do link: <https://www.instagram.com/masp/>

Figura 22: Página principal do perfil do Instagram da Revista ArtForum. Acessado em 23/04/2025 através do link: <https://www.instagram.com/artforum/>

TAREFAS QUE REALIZEI

A Coleção de Arte Contemporânea do Estado não tem um setor especificamente desenvolvido para a divulgação e comunicação, por isso, as funções atribuídas neste trabalho são usualmente distribuídas entre a curadora e a técnica superior. Dito isto, este departamento carecia de atenção, trabalho que me dediquei a fazer em conjunto com as integrantes da equipa, a partir das necessidades da CACE.

As tarefas realizadas foram divididas entre visitas realizadas aos acervos de obras, visitas às exposições ativas, pesquisas de informações em diferentes bibliotecas, presença em conferências de arte, produção de material visual para diversas exposições, produção de material sobre catálogos de

exposição, produção de publicações com informações de obras, além de outras atividades necessárias para atingir os objetivos de cada trabalho proposto. O trabalho de produzir a comunicação desta instituição tem a responsabilidade de informar o público de maneira correta e assertiva acerca de diversos temas como: inauguração de exposições, eventos de apresentação, convites a visitas guiadas, informações sobre a própria instituição, referências sobre obras que fazem parte da coleção, dados sobre as exposições da CACE e também das exposições que contam com obras cedidas pela CACE e outros assuntos que fazem parte do dia a dia da coleção. Ou seja, levando em consideração todos os aspectos críticos descritos previamente, para que um plano de comunicação fosse desenvolvido e colocado em ação, diversas tarefas do dia a dia foram realizadas, a fim de entender a dinâmica da coleção e suas necessidades comunicacionais.

De maneira geral, o trabalho foi realizado no Forte de Sacavém, durante os dias de semana, entre as 10h30 da manhã e as 16h30 da tarde. Porém, como dito antes, para que se produzisse o material comunicativo que envolve a CACE, foram necessárias algumas visitas externas. Dentre estas podem ser citadas duas visitas ao Museu Nacional dos Coches, nos dias 11 de dezembro de 2024 e 13 de janeiro de 2025, em duas circunstâncias diferentes. A primeira ocasião surgiu como uma visita técnica ao acervo das obras de arte que estão depositadas neste museu. Além disto, neste dia também foi realizada uma visita guiada pelos acervos de vestuário e outros elementos que constituem parte do museu, realizada pela Dra. Ana Rita Dargent, que representa a parte de Conservação Preventiva do Museu Nacional dos Coches. Esta visita foi importante para que eu entendesse como é constituído um acervo feito nas melhores condições, a fim de preservar objetos museológicos e além disto, conhecer de forma detalhada a maneira que as obras de arte são armazenadas com organização e preocupação de conservação preventiva. No dia 13 de janeiro, voltei ao Museu Nacional dos Coches com a equipe da CACE para observar o processo de recepção das obras que estavam em exibição na exposição *Jarra Humana* até 31 de dezembro de 2024 no Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE). Após receber as 9 obras, vindas em um caminhão de uma empresa especializada em transporte de obras de arte, embaladas em 20 caixas diferentes, que são assim separadas para melhor conserva-las durante o transporte, foi então necessário desembalar as obras que foram postas em grades no acervo vertical e organizar as caixas das obras mais volumosas, para que ficassem com a melhor disposição dentro do acervo. Depois de feito este processo, então fiz então o registo fotográfico do estado das obras e organização espacial afim de servir tanto para a informação interna da CACE como para material visual para postagens no *Instagram* da instituição.

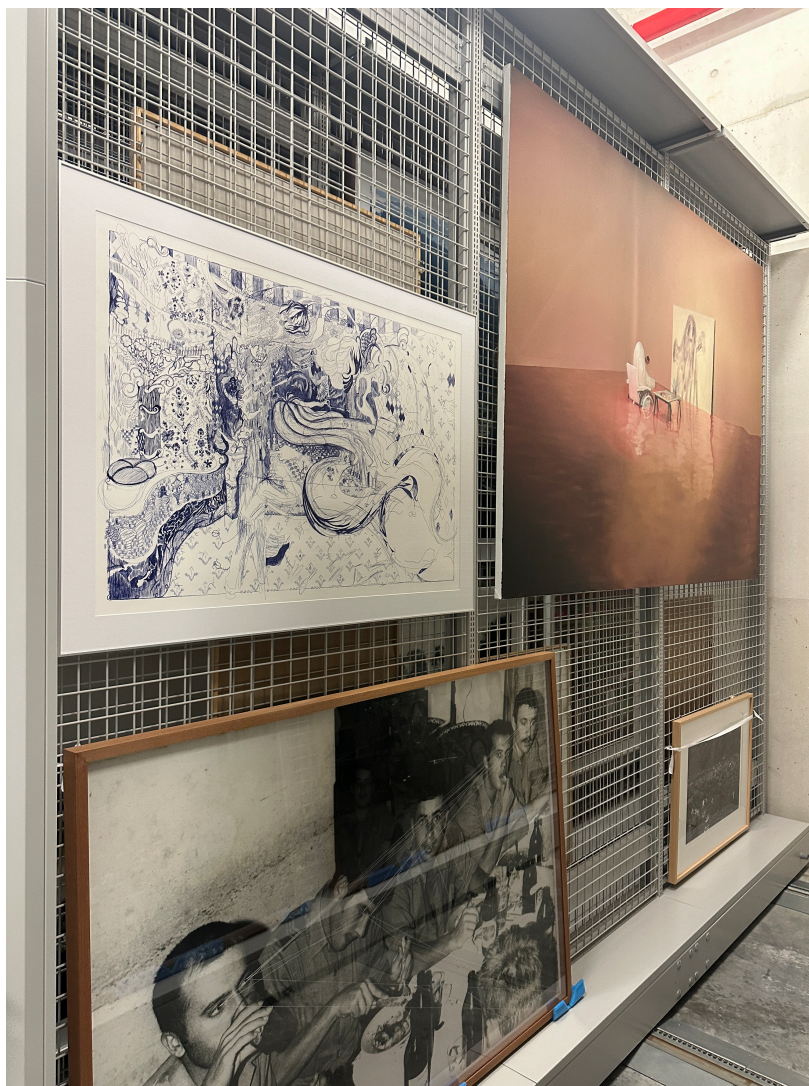


Figura 23: Fotografia tirada no acervo vertical da CACE dentro do Museu dos Coches no dia 13 de janeiro de 2025.

No dia 9 de janeiro de 2025 foi feita uma visita a um armazenamento de obras de arte localizado em Campo de Ourique, onde a CACE guarda 73 obras que fazem parte da sua coleção, que representam toda a aquisição feita em 2022. Neste dia foram recebidas no armazenamento 7 obras também vindas da exposição *Jarra Humana*, separadas em 13 volumes. Assim como no acervo do Museu Nacional dos Coches, neste acervo também foi feita a organização da disposição das obras de arte com a ajuda dos integrantes da equipa de serviço de transportes de obras de arte.

No dia 14 de janeiro foi feita uma visita a Galerias Municipais - Galeria Avenida da Índia para acompanhar o estado de conservação da obra *Reading Wood (Backwards)* (2022) do artista Uriel Orlow, adquirida pela Comissão de Aquisição de Arte Contemporânea de 2022. A obra é composta de 9 impressões fotográficas, 5 placas de madeira, uma componente sonora e um papel de

parede, e foi vista pela empresa de conservação *Neon Art Conservation*, para que fosse exposta na individual do artista, inaugurada no dia 24 de janeiro de 2025, no mesmo espaço.

Outro dia de trabalho fora do Forte de Sacavém que foi muito relevante para o meu aprendizado e trabalho dentro da Coleção de Arte Contemporânea foi o dia 23 de outubro de 2024 quando visitei o Museu de Arte Contemporânea de Elvas, acompanhada da Técnica Superior da CACE, Beatriz Hilário, e uma das curadoras da exposição que lá estava presente no momento, Francisca Portugal. O MACE (Museu de Arte Contemporânea de Elvas) recebeu a exposição *Jarra Humana: Obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado* entre os dias 29 de junho e 31 de dezembro de 2024. Esta foi uma exposição inteiramente feita com obras da CACE, com curadoria de Sandra Vieira Jürgens e Francisca Portugal que teve o título atribuído em referência a uma obra do artista Pedro Huet intitulada *Humano Jarra*, de 2021 e contou com 29 obras de 27 artistas diferentes. O tema proposto para esta exposição foi de pensar a relação do humano com os objetos e, partindo das formas emocionais, materiais, espaciais, propor a reflexão sobre suas histórias, funções, usos e também as memórias que lhes são atribuídas. A proposta curatorial fez questão de colocar em evidência as divergências e convergências na fluidez entre o humano e as coisas que o rodeiam, criando um corpo híbrido, a representação de um humano-coisa.

No dia 23 de outubro de 2024 pude então visitar presencialmente esta exposição para vivenciar a experiência curatorial proposta e compreende-la de forma ampliada, a fim de produzir o melhor material informativo ao seu respeito. Tive o privilégio de acompanhar uma visita guiada pela Francisca Portugal e aproveitei a oportunidade para captar imagens e vídeos para serem usados nas redes sociais e site da instituição. Além disso, propus a Francisca que criássemos juntas um material comunicativo sobre a obra *Humano Jarra* e por isso captei diversos vídeos desta obra, bem como um material de áudio de um texto narrado por Francisca que elucida a reflexão acerca da obra. Posteriormente, editei o conjunto desses materiais e criei uma publicação para o *Instagram* da CACE⁵ que foi feita no dia 4 de novembro de 2024.

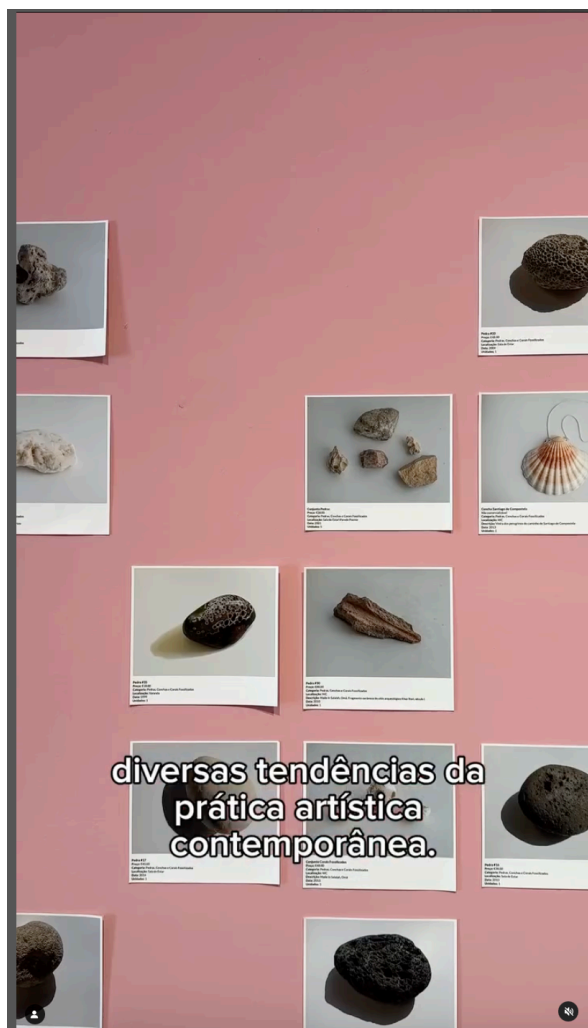
⁵ O vídeo pode ser visto através do link: https://www.instagram.com/reel/DB8zcmJN7UI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Figuras 24 e 25: Capturas de tela do *reels* postado no *Instagram* da CACE em 4 de novembro de 2024, sobre a obra Humano Jarra, 2021, de Pedro Huet, na exposição Jarra Humana.

No mesmo dia também captei imagens e vídeos da obra *Breviário do Quotidiano #8 - Lisboa*, de 2018, da artista Ana Pérez-Quiroga, que fez parte da exposição, para posteriormente criar uma publicação informativa sobre esta obra no *Instagram* da CACE. Depois desta captação visual, foi desenvolvido um texto em conjunto com as curadoras que explica um pouco sobre a vida e trabalho da artista, com ênfase e detalhamento desta obra. O material então foi editado e transformado em um vídeo informativo⁶, publicado no dia 6 de novembro de 2024.

⁶ O vídeo pode ser visto através do link: https://www.instagram.com/reel/DCCFCz3Nizj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Figuras 26 e 27: Capturas de tela do reels postado no *Instagram* da CACE em 6 de novembro de 2024, sobre a obra *Breviário do Quotidiano #8 - Lisboa*, 2018, de Ana Pérez-Quiroga, na exposição *Jarra Humana*.

Ainda sobre a exposição *Jarra Humana: Obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado* foram criados outros diversos materiais comunicativos tanto para o *site* quanto para o *Instagram* da CACE. Destes, no *Instagram* podem ser citados publicações informativas sobre obras que compuseram a exposição, como o *post* acerca da obra *Woman With Hair*, de 2021 da artista Flávia Vieira, feito no dia 21 de outubro de 2024⁷; o convite oficial para o lançamento do catálogo da exposição⁸; uma publicação lembrete sobre o lançamento do catálogo; uma publicação com fotografias do evento de inauguração do catálogo; uma publicação de uma visita guiada pela exposição feita pela curadora Sandra Vieira Jürgens e no final do ano um lembrete da data de fechamento da exposição. No *site*, pode-se sinalizar outras publicações como a notícia sobre o

⁷ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DBZIuy6tQcP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

⁸ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DB_KXQtNfEN/?utm_source=ig_web_copy_link

podcast Appleton, que recebeu Sandra Vieira Jürgens e Francisca Portugal para uma conversa sobre a exposição *Jarra Humana*⁹ e a notícia que informa e convida os leitores para o evento de inauguração do catálogo da exposição¹⁰.

Quando iniciei o estágio, a exposição *IMAGINÁRIO COLETIVO*, realizada no Museu de Aveiro/Santa Joana durante dos dias 13 de julho e 22 de setembro de 2024 já havia terminado, porém o catálogo sobre a exposição foi lançado posteriormente, no dia 16 de outubro. Por este motivo, a comunicação acerca do catálogo da exposição *IMAGINÁRIO COLETIVO* também participou das atividades que desenvolvi ao longo deste estágio. Acerva deste catálogo foram produzidos: uma publicação em formato de vídeo convidando para o evento de inauguração do catálogo¹¹ feita no dia 11 de outubro de 2024; uma publicação lembrando sobre a inauguração no dia do evento e uma publicação com imagens do evento. Já no site, foi publicada uma notícia acerca do lançamento, que também convidava o público para a participação¹².



Figuras 28 e 29: Capturas de tela do *reels* postado no *Instagram* da CACE em 11 de outubro de 2024, sobre o catálogo da exposição *Imaginário Coletivo*.

⁹ A notícia pode ser vista através do link: <https://colegaodoestado.pt/a-cace-no-mace-appleton-podcast/>

¹⁰ A notícia pode ser vista através do link: <https://colegaodoestado.pt/apresentacao-do-catalogo-da-exposicao-jarra-humana-no-mace-elvas-a-9-de-novembro/>

¹¹ A publicação pode ser vista através deste link: https://www.instagram.com/reel/DA_D2PBtOjc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

¹² A notícia pode ser vista através do link: <https://colegaodoestado.pt/lancamento-do-catalogo-imaginario-coletivo/>

Outra exposição que já estava ativa quando iniciei o estágio foi a *PORQUÊ? - A arte contemporânea em diálogo com o pensamento de José Saramago*, que foi inaugurada no dia 26 de julho de 2024 no Centro de Cultura Contemporânea de Castelo Branco e ficou em vigor até o dia 17 de novembro de 2024. Apesar de não ter sido uma exposição organizada pela CACE, contou com mais de 30 obras que fazem parte da coleção do Estado. A curadoria de Ana Matos colocou em diálogo a obra de 43 artistas com o pensamento de José Saramago a partir de citações de livros, intervenções ou entrevistas concedidas pelo autor. A exposição contou com um total de 45 obras produzidas entre 1895 e 2019, o que quer dizer que a representação da CACE dentro desta exposição foi grande. Por este motivo, a divulgação desta exposição também fez parte das atividades que realizei neste estágio e foram criados acerca dela uma notícia para o site¹³ e uma publicação para o *Instagram*¹⁴.

Outra grande exposição, organizada pela Fundação de Serralves que contou apenas com obras cedidas da CACE, que estão em depósito na Fundação de Serralves, no Porto, desde 2017, foi a exposição *Joan Miró: Imagem, Texto e Signo*, no Arkas Art Center, em Esmirna, na Turquia. Com a cedência de 74 obras de Joan Miró, produzidas entre 1924 e 1981, a exposição com curadoria de Robert Lubar Messeri chamou atenção para a multiplicidade de materiais, técnicas e suportes utilizados pelo artista. Ficou aberta entre 26 de setembro de 2024 e 9 de fevereiro de 2025.

Esta importante exposição também fez parte da programação de divulgação da CACE e a partir dela foram produzidos alguns materiais comunicativos como uma publicação no *Instagram* com imagens da exposição e breve informação sobre ela¹⁵, uma notícia com informações mais completas sobre a curadoria e o conjunto de obras que fizeram parte da mostra¹⁶ e um vídeo publicado no *Instagram* que mostra o catálogo da exposição produzido pelo Arkas Art Center¹⁷.

¹³ A notícia pode ser vista através do link: <https://colecaodoestado.pt/a-exposicao-porque-no-centro-de-cultura-contemporanea-de-castelo-branco-obras-do-mnac-e-da-cace/>

¹⁴ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DA3M68LNrsw/?img_index=1

¹⁵ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DA5yoa9toK1/?img_index=4

¹⁶ A notícia pode ser vista através do link: <https://colecaodoestado.pt/juan-miro-no-arkas-art-center-na-turquia-uma-organizacao-da-fundacao-serralves/>

¹⁷ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DDuhMcONEMQ/>

A exposição *Intimidade em fuga. Em torno de Nan Goldin* foi inaugurada no Museu de Arte Contemporânea do Centro Cultural Belém no dia 24 de outubro e fica em vigor até 31 de agosto de 2025. Com a curadoria de Nuria Enguita, a exposição tem como ponto de partida a emblemática obra *The Ballad of Sexual Dependency* da artista Nan Goldin e coloca em foco a intimidade e dualidade da noção de privacidade e visibilidade dentro do espaço que a define. Para esta exposição, foram cedidas 3 obras que pertencem a CACE e que de alguma forma se relacionam com o trabalho de Nan Goldin, evocando um comentário acerca da profundidade das relações. Sobre esta exposição então foram produzidos um *post* para o *Instagram*¹⁸ e uma notícia no *site*¹⁹ da CACE com a informação e fotos das obras que foram cedidas e com fotografias também de vistas da exposição.



Ver insights

Turbinar post

62 1 3

Curtido por sandravieirajurgens e outras pessoas

cace_pt No passado dia 24 de outubro de 2024, o MAC/CCB abriu uma nova exposição intitulada "Intimidades em fuga. Em torno de Nan Goldin", que integra obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado (CACE).

"Sofá" (2017), da dupla Musa paradisiaca, "The Embassy" (2011), de Filipa César e "Seven Figures with a White Mantle" (2011), de Bruno Pacheco, integram a seleção de obras desta mostra com curadoria de Nuria Enguita.



Ver insights

Turbinar post

62 1 3

Curtido por sandravieirajurgens e outras pessoas

cace_pt No passado dia 24 de outubro de 2024, o MAC/CCB abriu uma nova exposição intitulada "Intimidades em fuga. Em torno de Nan Goldin", que integra obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado (CACE).

"Sofá" (2017), da dupla Musa paradisiaca, "The Embassy" (2011), de Filipa César e "Seven Figures with a White Mantle" (2011), de Bruno Pacheco, integram a seleção de obras desta mostra com curadoria de Nuria Enguita.

Figuras 30 e 31: Publicação no *Instagram* da CACE sobre as obras emprestadas ao MAC/CCB para a exposição *Intimidade em fuga: Em torno de Nan Goldin* feita em 28 de outubro de 2024. Acessada em 23/04/2025 através do link: https://www.instagram.com/p/DBqxPLxtFkd/?img_index=1

¹⁸ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DBqxPLxtFkd/?img_index=1

¹⁹ A notícia pode ser vista através do link: <https://colecaodoestado.pt/intimidade-em-fuga-em-torno-de-nan-goldin-no-mac-ccb-tem-obras-da-cace/>

NOTÍCIAS

Todas

Exposições

Rede

Conversas

Lançamentos

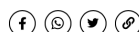
Publicações

Vídeos

exposições

«Intimidade em fuga. Em torno de Nan Goldin» no MAC/CCB tem obras da CACE

Publicado a 28 Outubro 2024



No dia 24 de outubro inaugurou no MAC/CCB a nova exposição *Intimidades em fuga. Em torno de Nan Goldin*. A curadoria, feita por Nuria Enguita, tem como ponto de partida a obra "The Ballad of Sexual Dependency" da artista norte-americana Nan Goldin e representa a dualidade entre a noção de privacidade e visibilidade dentro do espaço que define a identidade.

Figura 32: Recorte da notícia sobre a exposição *Intimidade em fuga: Em torno de Nan Goldin* no MAC/CCB, publicada em 28 de outubro de 2024. Acesso em 23/04/2025 através do link: <https://colecaodoestado.pt/intimidade-em-fuga-em-torno-de-nan-goldin-no-mac-ccb-tem-obras-da-cace/>

Uma exposição que demandou a produção de diversos materiais de divulgação e o desenvolvimento destes materiais fez parte das atividades que realizei durante o estágio foi a que aconteceu em Roma, na Itália, intitulada *Uma Volta ao Sol*, que decorreu na feira de arte Roma Arte in Nuvola, entre os dias 22 e 24 de novembro de 2024. A feira de arte recebeu Portugal como o país anfitrião e apresentou uma seleção de obras da Coleção de Arte Contemporânea do Estado, a partir da curadoria de Sandra Vieira Jürgens. A exposição foi uma organização conjunta da Museus e Monumentos de Portugal, do Ministério da Cultura e da Embaixada de Portugal em Itália e teve a intenção de ser um incentivo à descoberta de gerações mais recentes do panorama artístico português, com a participação de 10 obras com diferentes técnicas de artistas que apelam ao humor dentro dos seus temas.

Para esta exposição foram desenvolvidos: uma publicação que serviu para anunciar a participação de Portugal como país anfitrião da Roma Arte in Nuvola²⁰, o design do convite oficial para a exposição, que foi enviado por email e também publicado na página do Instagram da

²⁰ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DBwjWdcN6hn/>

CACE²¹, uma notícia publicada no site da CACE com mais informações acerca da exposição e do tema curatorial²², o design e texto da folha de sala da exposição, um vídeo de vistas do espaço expositivo, publicado no Instagram da CACE²³ e uma publicação final alertando para o último dia da exibição, também publicado na conta do Instagram da instituição²⁴. A produção e publicação de todos estes materiais fez parte das atividades realizadas durante este estágio.



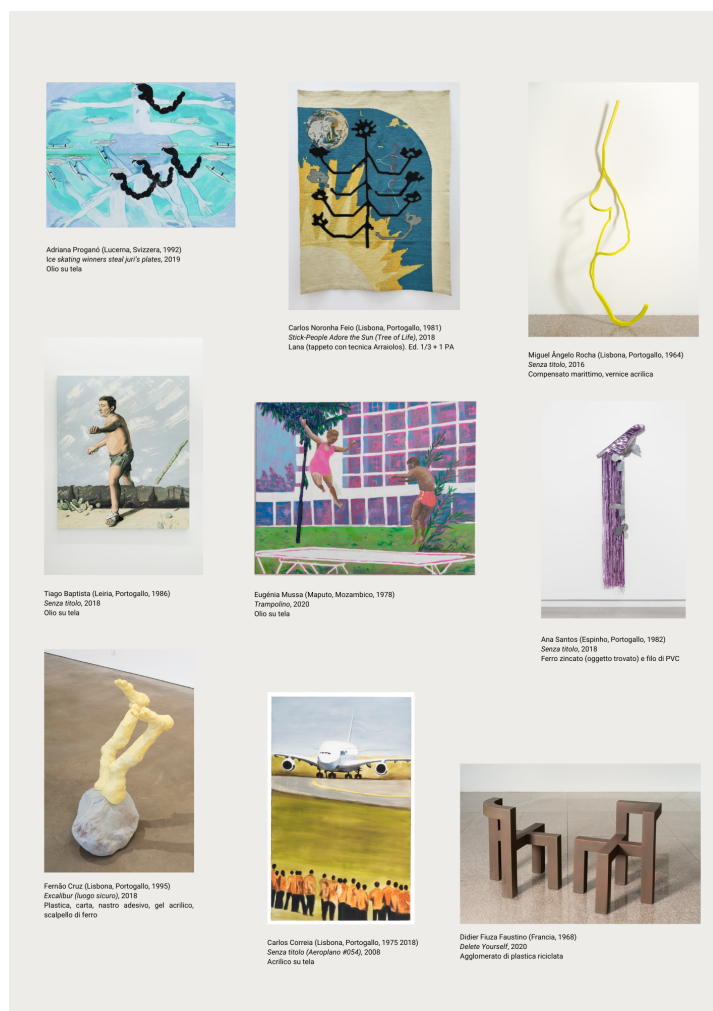
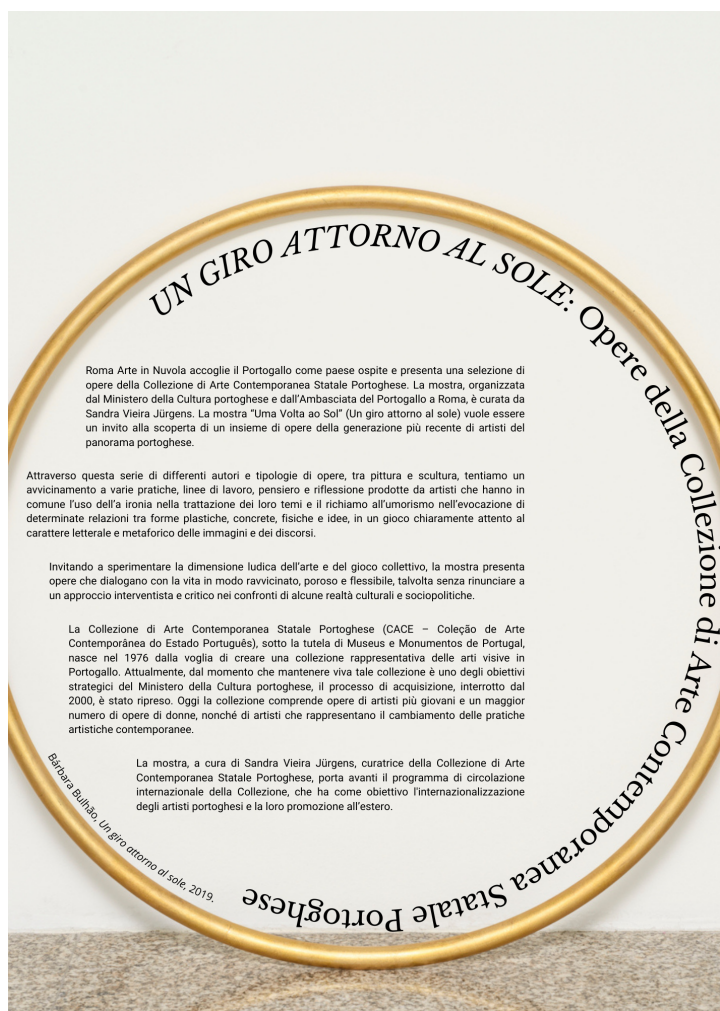
Figura 33: Imagem do convite para a exposição Un Giro Attorno al Sole

²¹ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DCZhBXot5dd/>

²² A notícia pode ser vista através do link: <https://colecaodoestado.pt/a-cace-em-roma/>

²³ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DCpWjTmtkzW/>

²⁴ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DCwNa6MslgN/?img_index=1



Figuras 34 e 35: Folha de sala produzida para a exposição *Un Giro Attorno al Sole: Opere della Collezione di Arte Contemporanea Statale Portoghese*, que decorreu em Roma, Itália, entre 22 a 24 de novembro de 2024.

No final de 2024, também foram feitas outras três publicações no *Instagram* da CACE sobre exposições que contaram com obras emprestadas porém que foram organizadas por outras entidades. A exposição *Problemas do Primitivismo - a partir de Portugal*, aconteceu no Centro Internacional das Artes José de Guimarães entre maio e novembro de 2024 e contou com uma obra do artista Uriel Orlow, de 2022, que faz parte da coleção. No final de novembro de 2024, a instituição fez o lançamento de um catálogo sobre a exposição e por isso foi então desenvolvida uma publicação para o Instagram²⁵ da CACE acerca da obra inserida neste catálogo.

No dia 29 de novembro de 2024, foi inaugurada a exposição *Um raio contornando a poeira, no Museu do Cão*, com curadoria de Ana Matos. A exposição fica aberta até 25 de maio 2025 e é uma individual do artista Rui Horta Pereira que conta com a obra *Água e um pouco de areia*, de

²⁵ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DC4MlnPNfBy/?img_index=2

2019, que pertence à CACE e foi cedida ao Museu do Côa para esta exposição. Acerca disto, foram publicados uma notícia no site da Coleção²⁶ e também uma publicação no Instagram da



instituição²⁷.

Figura 36: Publicação feita no *Instagram* da CACE sobre o catálogo da exposição Problemas do Primitivismo - a partir de Portugal no dia 27 de novembro de 2024. Pode ser acessada através do link: https://www.instagram.com/p/DC4MInPNfBy/?img_index=1

A obra *Nocturno*, de 1913, do artista António Carneiro pertencente a CACE e em depósito no Museu Nacional de Arte Contemporânea, fez parte da exposição *O voo da águia* que esteve em vigor no Museu do Porto durante junho e novembro de 2024, na ocasião de inauguração do Ateliê António Carneiro. Acerca desta cedência e sobre a exposição foram feitas uma notícia para o site da CACE²⁸ e também uma publicação no *Instagram*²⁹ que informa sobre a mostra individual que comemora 100 anos do ateliê e legado do artista.

²⁶ A notícia pode ser vista através do link: <https://colecaodoestado.pt/rui-horta-pereira-no-museu-do-coa/>

²⁷ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DDFDmclNgAp/?img_index=1

²⁸ A notícia pode ser vista através do link: <https://colecaodoestado.pt/antonio-carneiro-no-museu-do-porto/>

²⁹ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DDKVDmgN08D/?img_index=1

Depois desta série de publicações sobre exposições que contaram com obras cedidas pela CACE, foram feitas então três publicações sobre a *Primeira Conferência da Rede Portuguesa de Arte Contemporânea* chamada *Arte e Contemporaneidade: expressão, relação e transformação*, que aconteceu no dia 12 de dezembro de 2024, no Centro de Artes de Sines. Primeiro, no dia 26 de novembro de 2024, foi feita uma publicação convidando ao comparecimento à conferência³⁰, depois, no dia 9 de dezembro de 2024, foi então feita outra publicação no *Instagram* com informações sobre o segundo painel³¹, que teve participação da CACE quando trouxe a historiadora e curadora da Coleção de Arte Contemporânea do Estado Sandra Vieira Jürgens. A última publicação foi feita no dia seguinte após o evento, com imagens que registrei dos painéis³².

Por conta desta ocasião, dia 12 de dezembro, data do evento, viajei até Sines para presenciar a conferência a fim de presenciar os diálogos e propostas discutidas nos diferentes painéis, e também captar vídeos e fotografias para publicar no *Instagram* da CACE. A conferência aconteceu entre as 9h30 da manhã até as 18h da tarde e separou-se em três painéis: o primeiro intitulado Arte Contemporânea como espaço de expressão individual, cultural e identitária, que contou com a presença do artista Pedro Barateiro, do arquiteto, curador e diretor do Círculo de Artes Plásticas de Coimbra, Carlos Antunes, da museóloga, professora e investigadora Judite Primo e teve mediação de Miguel Mesquita; o segundo chamado Arte Contemporânea como espaço de relação local e global com a presença da artista Rita Castro Neves e a historiadora de arte, curadora e professora universitária Sandra Vieira Jürgens e teve mediação do curador e programador cultural Jesse James; e o terceiro Arte Contemporânea como espaço de transformação humana, social e política que contou com a presença do artista Paulo Mendes, do curador e coeditor da Kunsthalle Lissabon e da curadora e investigadora do Instituto de História da Arte da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa Giulia Lamoni e teve a moderação feita pela professora universitária, curadora e programadora Liliana Coutinho.

Aproximou-se o final de 2024 e com ele as festas de final de ano. Para marcar e relembrar todas as exposições feitas pela Coleção de Arte Contemporânea do Estado no ano de 2024, produzi um vídeo de retrospectiva com fotografias das vistas das quatro exposições decorridas que foi

³⁰ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DC1lxA7sbV0/>

³¹ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DDXdQEqNRso/>

³² A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DDhdYraNY0s/?img_index=1

publicado no Instagram da CACE no dia 10 de dezembro de 2024³³. Foram elas: *Micropolíticas*, que aconteceu no Centro de Arqueologia e Artes de Beja entre os dias 19 de março e 27 de julho de 2024; *Jarra Humana*, no Museu de Arte Contemporânea de Elvas, entre os dias 28 de junho e 31 de dezembro; *Imaginário Coletivo*, no Museu de Aveiro/Santa Joana, entre 13 de julho e 22 de setembro e *Uma Volta ao Sol*, no Roma Arte in Nuvola, entre 22 e 24 de novembro de 2024. Para o final do ano também produzi um design gráfico em formato de cartão que foi enviado por email para parceiros e pessoas envolvidas com a CACE e no dia 20 de dezembro foi publicada no *Instagram* a fotografia da obra *Dezembro* da artista Maria Helena Vieira da Silva³⁴.

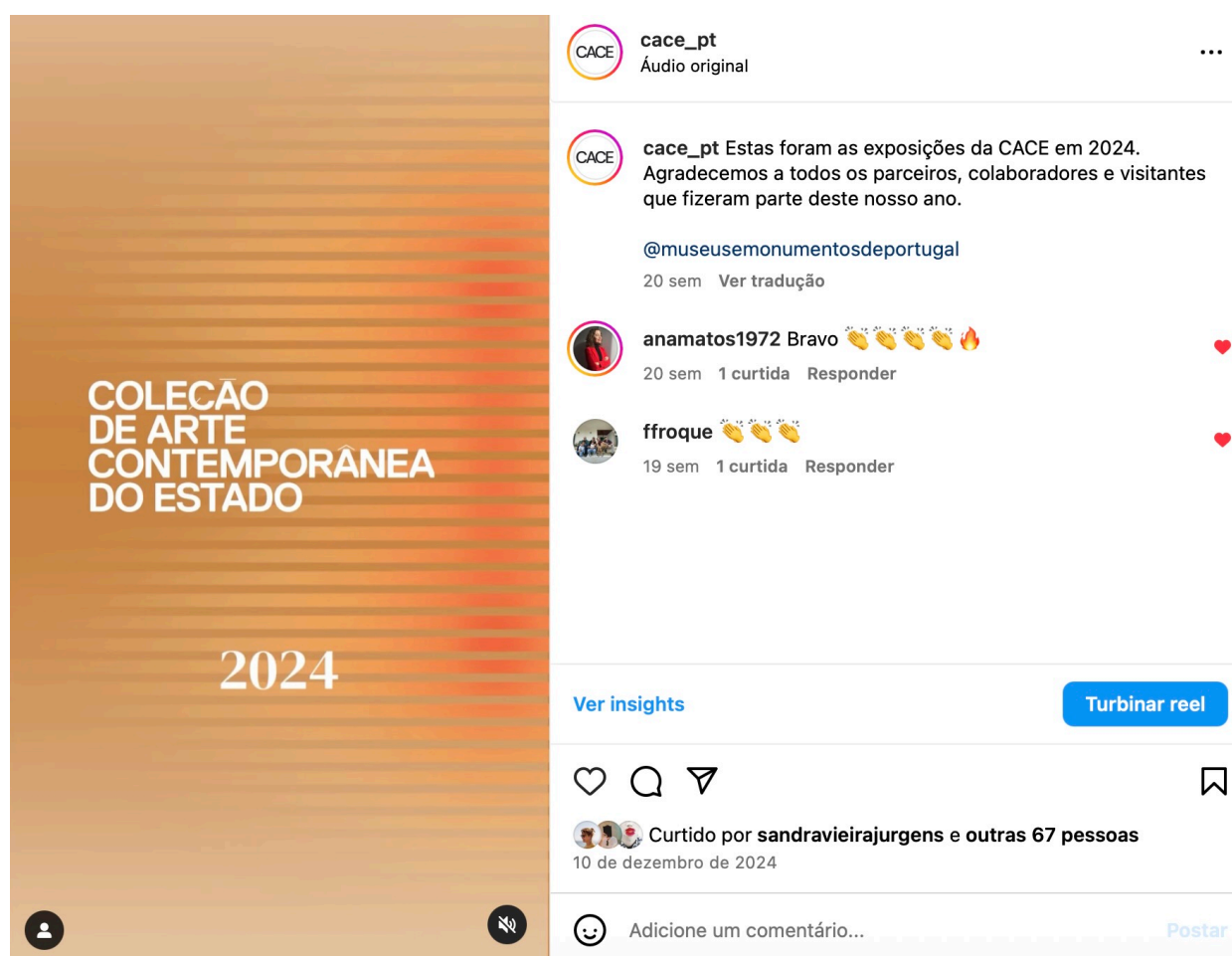


Figura 37: Publicação feita no *Instagram* da CACE com a retrospectiva das exposições de 2024, feita no dia 10 de dezembro de 2024. Pode ser acessada através do link: <https://www.instagram.com/p/DDZ7j03tVBs/>

³³ O vídeo pode ser visto através do link: <https://www.instagram.com/p/DDZ7j03tVBs/>

³⁴ A publicação pode ser vista através do link: <https://www.instagram.com/p/DDzkfR2twAf/>



Figura 38: Cartão de final de ano desenvolvido para o relacionamento interno da CACE.

ESTUDO DE CASO - PROPOSTA DE STORY TELLING

Após um período intenso de atividades da Coleção de Arte Contemporânea do Estado, com exposições internas, exposições internacionais, cedências e visitas externas que geraram a necessidade de produção de conteúdo para diversos materiais comunicativos, chegou o mês de janeiro. Ao conversar com a curadora Sandra Vieira Jürgens e a técnica superior Beatriz Hilário, sobre a proposta comunicativa para este mês, percebemos que exigiria pouca atividade de divulgação de exposições e cedências, já que não haveria uma programação expositiva ativa neste momento. A primeira exposição de 2025 foi programada para março e por isso seu material comunicativo só seria publicado em fevereiro.

Por este motivo, existiu uma oportunidade de criar, durante um mês, um material comunicativo mais livre, não necessariamente atrelado às atividades recorrentes na CACE naquele momento. Com esta oportunidade em mãos passei a explorar possibilidades de informações comunicacionais que poderiam ser transmitidas através da conta do *Instagram*, durante um mês. A

partir de experiências prévias e do conhecimento que tenho acerca da comunicação digital através da plataforma do *Instagram*, sei que uma interessante estratégia de troca e diálogo com o público é criar um formato de “quadro”, ou seja, a partir de um tema específico e anunciado, criar publicações semanais que vão sempre se relacionando e complementando. Esta estratégia cria um certo mistério e instiga a curiosidade do público, que cada semana, aguarda pela próxima capsula de informação.

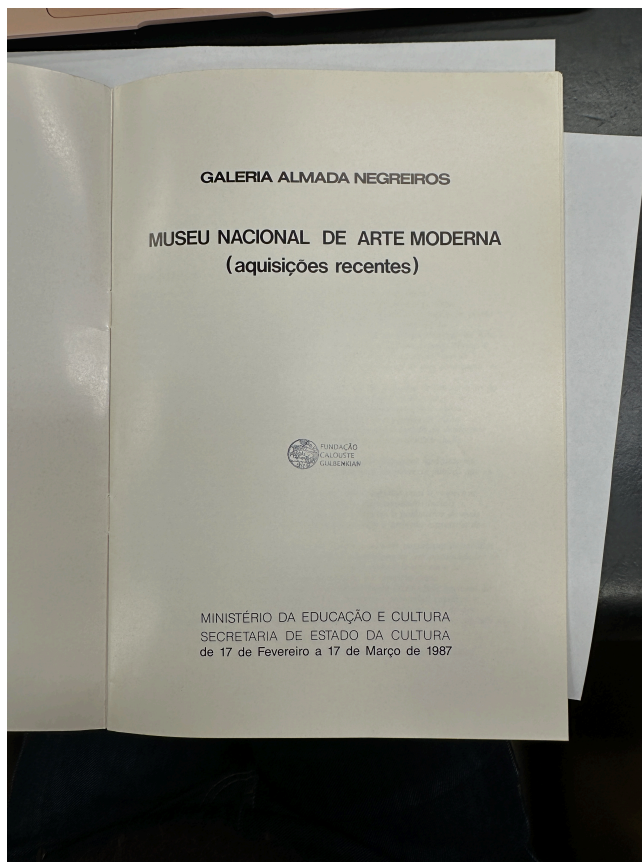
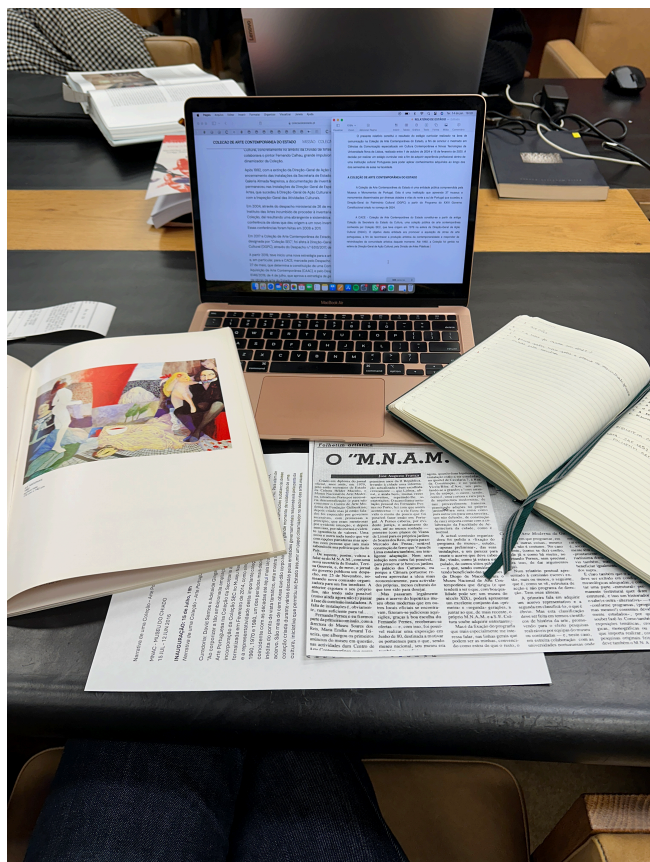
Esta estratégia utilizada em diversas redes sociais como Instagram, Youtube e TikTok pode ser chamadas de uma estratégia de *storytelling*. O termo, que significa literalmente “contar histórias” é visto pelo *marketing* como uma forma de criar uma comunicação feita com propósito e continuidade, que cria significado para aquilo que divulga. Assim como em capítulos de uma série, curiosidade é gerada no expectador, que anseia para saber o que virá a seguir. A tese *O Storytelling na Comunicação Estratégica: o uso de histórias como técnica de engajamento entre organizações e seus públicos*, (2019) de Renard Campolina Ferreira Vasconcelos, explica que o hábito de contar histórias está presente na comunicação do ser humano desde o início de sua existência, e este costume é algo que, de alguma maneira, faz parte da cultura de diversos polos do mundo, em diversos momentos na história da humanidade.

Este estudo nos conta que em um discurso, a taxa de retenção de informações por parte do público costuma ser entre 5 a 10%, porém, quando o discurso é feito em formato de história, correspondendo a um *storytelling*, a taxa de retenção de informação aumenta para entre 25 a 30%. Os dados comprovam que a sensibilidade humana identifica-se e interessa-se pela contação de histórias e por isso esta é uma interessante estratégia comunicacional.

Com isto em mente e depois de conversar com diversos amigos e colegas sobre o trabalho que estive desenvolvendo, notei que muitos portugueses não conheciam ou não entendiam bem o funcionamento e a história da Coleção de Arte Contemporânea do Estado. Notei que esta importante coleção pública de arte contemporânea não tinha sua história bem contada ao público, que não entendia como ela surgiu e como decorre sua manutenção. Assim como dito anteriormente, “saber é poder” e a falta de acesso a informação básica do surgimento de uma coleção Estadual é algo que considero uma falha. Acredito ser um direito de qualquer cidadão português ou residente que pague impostos saber sobre a história desta coleção.

Por isso, apresentei à curadora da Coleção de Arte Contemporânea do Estado a proposta de desenvolvermos, ao longo do mês de janeiro de 2025, diversas publicações no *Instagram* da CACE, que em formato de pequenas capsulas de informação, contam a história do início da coleção até o final do século XX. A ideia foi acatada e a partir deste ponto começaram a ser desenvolvidas pesquisas mais profundas acerca da história da coleção e os acontecimentos que mais marcaram sua trajetória, antes de passar por um período de hiato entre os anos 2000 e 2019. A proposta contava com um total de 10 publicações, divididas em duas publicações por semana.

Primeiramente, estruturamos quais eram os tópicos mais importantes dentro do início da história da CACE e quais obstáculos ela percorreu para se tornar o que é hoje. Com estes assuntos definidos, passei a fazer uma pesquisa nos arquivos da Coleção e em outras bibliotecas para melhor estruturar esta narrativa. Durante este processo, descobri que muito da história da CACE ainda é confusa e mal arquivada, por isso, o processo de pesquisa acontecia sempre junto com o processo de postagem. A cada semana informações, arquivos, fotografias e detalhes eram descobertos e nós, dentro da equipa da CACE, debatíamos sobre como inserir ou não estes detalhes nas publicações.



Figuras 39 e 40: Fotografias de registro do processo de pesquisa para a construção do projeto de *storytelling*, no dia 14 de janeiro de 2024.

Além de envolver um detalhado processo de pesquisa, este projeto também envolveu o exercício de transformar informações em conteúdo midiáticos, sempre com a reflexão sobre o que deve ser mostrado ao público ou não. A Coleção, que passou por diversos percalços, tem partes polêmicas de sua história, e dentro do trabalho comunicacional é muito importante definir o que faz sentido transmitir ao público de uma forma que não prejudique a imagem atual da CACE.

A estrutura dos posts detalhou-se em: uma publicação inicial anunciando o quadro semanal³⁵; uma publicação contando sobre a origem da CACE³⁶; uma publicação com algumas fotografias das primeiras obras adquiridas pela coleção³⁷; uma publicação contando sobre as primeiras exposições feitas com as obras da coleção³⁸; uma publicação com as fotografias das obras exibidas nestas primeiras exposições³⁹; uma publicação sobre o desastroso incêndio na Galeria Nacional de Arte Moderna⁴⁰; uma publicação sobre as obras que sobreviveram ao incêndio⁴¹; uma publicação sobre o surgimento da Galeria Almada Negreiros⁴²; uma publicação sobre obras adquiridas em 1987, a partir de uma homenagem a Joseph Beuys⁴³ e uma publicação sobre as obras do Instituto de Arte Contemporânea⁴⁴, que fecham a primeira etapa de acontecimentos da CACE.

Criar a narrativa, os designs gráficos, as legendas para todas estas publicações e de fato postá-las foi um trabalho muito interessante e que contou com alguns desafios. Assim como já mencionado, a história da primeira etapa da Coleção conta com alguns capítulos polêmicos e foi necessário encontrar a melhor maneira de comunicar os acontecimentos sem chamar atenção para pontos que poderiam ser questionados pelos expectadores. Isto porque trata-se de uma coleção pública e os interesses estaduais devem ser sempre levados em consideração. Por isso, diferente do

³⁵ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DEX_6tLNFJp/

³⁶ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DEfle2-tD49/?img_index=1

³⁷ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DEksEg0t1Gv/?img_index=1

³⁸ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DExM_SeN5pG/?img_index=1

³⁹ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DE4_iR1NBO2/?img_index=1

⁴⁰ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DFDKMGON-CO/?img_index=1

⁴¹ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DFNYigeNV22/?img_index=1

⁴² A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DFVj7SyRYdm/?img_index=1

⁴³ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DFaqbHitZLa/?img_index=1

⁴⁴ A publicação pode ser vista através do link: https://www.instagram.com/p/DFnoEUYt27P/?img_index=1

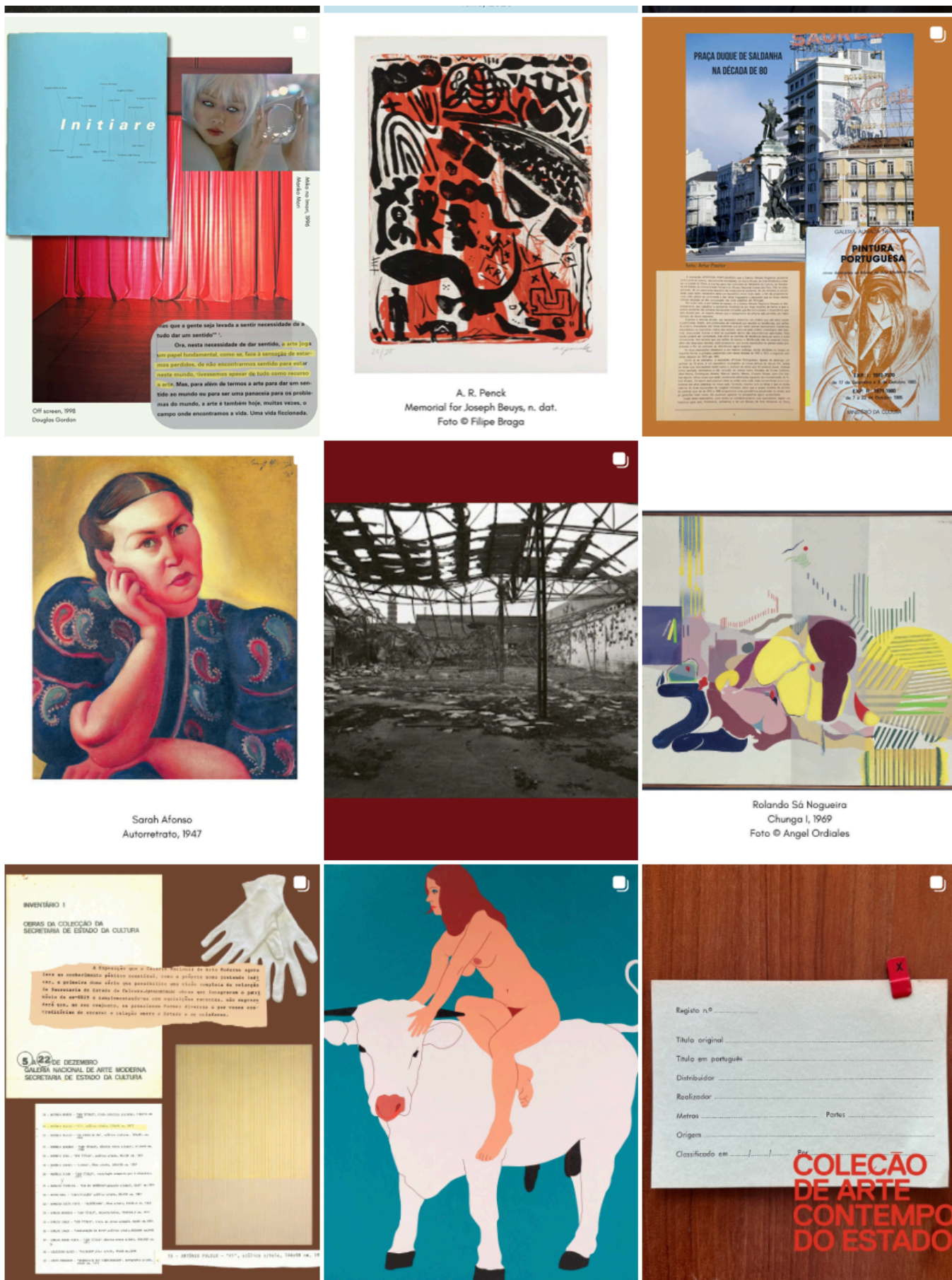


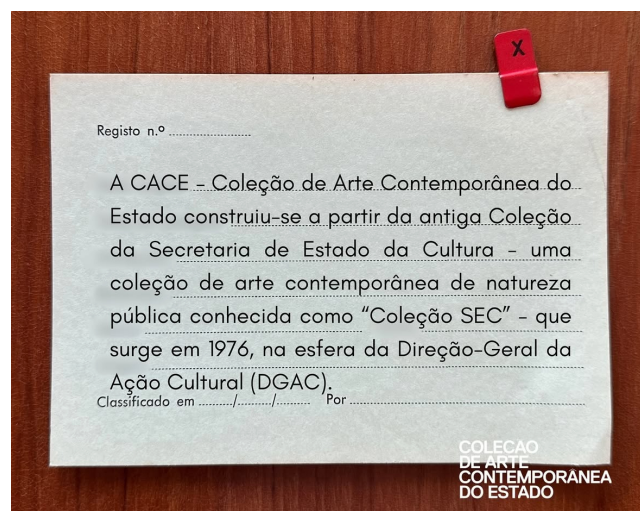
Figura 41: Feed do Instagram da CACE entre os dias 6 de janeiro e 3 de fevereiro de 2025. Panorama das principais publicações do projeto de *storytelling*. Pode ser acessado através do link: https://www.instagram.com/cace_pt/.

resto do plano de comunicação que buscava uma linguagem mais descontraída, para estas publicações o tom deveria ser mais sério e informativo, para que a mensagem fosse passada de forma a respeitar a história. Além disso, a parte mais difícil foi encontrar material visual para compor os designs das publicações. Infelizmente os arquivos que contém a história da Coleção não contam com muitas imagens, então para cada “capítulo” da história fui desenvolvendo imagens com composições, fotografias pesquisadas na internet a fim de criar colagens interessantes visualmente mas também estariam completamente de acordo com a informação ali passada.

Já desde a primeira publicação foi possível notar que o formato de *storytelling* realmente tem resultado: quando comparada com publicações anteriores, teve mais alcance e engajamento, criando diálogo e retendo a atenção do público. O projeto foi concluído com sucesso e sinto que foi importante tanto externamente, para o público, tanto internamente, para a equipa da CACE, que pode pesquisar e conhecer em maior detalhe sobre a história deste organismo. O processo fez com que houvesse uma junção de esforços para buscar arquivos e fazer a montagem das informações.



Figura 42: Primeira publicação, anunciando o quadro sobre a história da CACE, feita em 3 de janeiro de 2025. Pode ser acessada através do link: https://www.instagram.com/p/DEX_6tLNFJp/



Figuras 43 e 44: Parte da publicação que detalha com mais informações a história do início da CACE, feita no dia 6 de janeiro de 2025. Pode ser vista por completo através do link: https://www.instagram.com/p/DEfle2-tD49/?img_index=1

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de realizar todo o trabalho prático e a pesquisa conceitual necessárias para concluir este Mestrado percebi que a produção de comunicação acerca das artes contemporâneas permeia diversos tópicos discursivos e deve-se ser atento aos questionamento que esta atividade levanta. O acesso à informação de cultura é algo completamente necessário para fazer a manutenção dos espaços de cultura, para que continuem sendo relevantes em seus contextos sociais, a fim de existirem como espaços de resistência, de conhecimento e de preservação e manutenção da história. A comunicação digital é a porta de entrada para novos públicos e pode existir de forma a convidar novos públicos e também complementar o material informativo fornecido pelos museus e instituições de arte contemporânea.

Esta comunicação digital deve sempre ser feita de maneira cuidadosa, já que os objetos de arte, quando retirados de seu contexto expositivo, podem perder a relevância artística e serem reduzidos em seus significados. Por isso, é muito importante que a identidade visual, estética e gráfica dos materiais comunicativos estejam alinhados com o propósito e funções comunicacionais pretendidas por cada instituição de arte. Ao criar um plano de comunicação para a Coleção de Arte Contemporânea do Estado, as pretensões informativas, o dever social e público, o exercício de manutenção da cultura, a divulgação sobre as exposições internas, a participação do público na atividade da coleção e mais outros diversos tópicos foram levados em consideração, para que o material comunicativo digital estivesse de acordo com o propósito da CACE.

Mesmo sendo feita de uma forma cuidadosa e meticulosa, a comunicação cultural digital também deve ser abrangente e compreensível por um grande público, para que possa cumprir sua função política e social. Como visto ao longo deste relatório, a proposta digital dos museus e instituições de arte contemporânea convida o público a participar de seus espaços expositivos e o incentiva a interagir e trocar com eles. Desta forma, fornece as ferramentas necessárias para que o público crie uma certa autonomia crítica, ao promover uma prática de discussão figurativa e teórica acerca dos objetos de arte que se expõem ali.

A digitalização dos museus, instituições e coleções de arte abriu um novo capítulo em torno da maneira de ver, compreender e divulgar arte, mas, de maneira positiva, deve-se pensar nestes aparatos tecnológicos como uma potência social, que podem ser usados a favor da arte, espalhando o acesso às artes e promovendo o seu interesse e conhecimento. Apesar de contar com diversos percalços, a comunicação digital é uma oportunidade de expansão do conhecimento em arte e este aspecto acessível faz com que os espaços de arte possam ser mais amplamente permeados. Esta comunicação cultural digital é uma ação política social, a partir do momento que é acessível a todos, independentemente de sua localização geográfica ou formação profissional e por isso, deve ser entendida como um direito dos cidadãos.

Este dever social e político marca-se ainda mais quando fala-se de uma coleção de arte pública, como é o caso da Coleção de Arte Contemporânea do Estado. A experiência de estagiar neste organismo estadual colocou a prova todos estes conceitos e serviu como uma forma de concretizar o conhecimento teórico adquirido ao longo do Mestrado em Ciências da Comunicação -

Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias. Pensar na melhor forma de comunicar esta importante coleção de arte contemporânea, alinhando propósito informativo e interesse público, foi um trabalho que envolveu diversas reflexões e acredito que pude realiza-lo da melhor maneira.

Pessoalmente, a realização deste estágio e a escrita deste relatório culminou em um ponto essencial para a junção dos meus conhecimentos acadêmicos e experiência acerca de arte contemporânea e comunicação. Poder exercer a função comunicativa no aspecto que promove o acesso à informação de arte em uma importante coleção pública de arte contemporânea foi o primeiro passo em direção a realização de um desejo pela expansão do conhecimento sobre arte contemporânea. Passar por este processo concluiu uma satisfação profissional e pessoal que seguirá sendo parte de tudo que adentrar minha jornada profissional daqui em diante.

BIBLIOGRAFIA

- Ariel, E. (2022). *Estética & teorias da comunicação: Conexões & interfaces entre campos do conhecimento*. <https://www.eariel.net/post/estética-teorias-da-comunicação>
- Barthes, R. (2004). A morte do autor. Em *O rumor da língua* (pp. 67–72). Martins Fontes. (Obra original publicada em 1968)
- Bishop, C. (Ed.). (2006). *Participation*. Whitechapel Gallery; MIT Press.
- Bishop, C. (2012). *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. Verso.
- Boulos, V. (2021). A importância da digitalização do património cultural para os museus: Um exemplo prático do Museu Nacional Etnográfico de Sofia na época do Covid-19 (Dissertação de mestrado). Universidade de Coimbra. <https://hdl.handle.net/10316/97050>
- Cabral, E. D. T. (2021). *Cultura, comunicação e informação na era digital*. Fundação Casa de Rui Barbosa. <https://www.fcrb.br/publicacao/cultura-comunicacao-informacao>
- Castro, M. B. de (Org.). (2005). *Arte e cultura*. Cobogó.
- Comissão para Aquisição de Arte Contemporânea. (2024). *Relatório e proposta 2024*. Museus e Monumentos de Portugal. https://colecadoestado.pt/_cace/wp-content/uploads/2025/02/CAAC-2024-Relatorio_compressed-2.pdf
- Cutler, B. D., & Muehling, D. D. (1989). Advocacy advertising and the boundaries of commercial speech. *Journal of Advertising*, 18(3), 40–50.
- Davis, M. (2021). The online anti-public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 24(1), 143–159. <https://doi.org/10.1177/1367549420902799>
- Duarte, A. (2018). Colecionar hoje: Persistências e rupturas num mercado global. Em M. A. Bulhões, B. Fetter, & N. V. da Rosa (Orgs.), *Arte além da arte: Percursos de pesquisas* (pp. 29–38). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. https://www.academia.edu/95089194/Arte_al%C3%A9m_da_arte_Anais_do_1o_Simp%C3%B3sio_Internacional_de_Rela%C3%A7%C3%B5es_Sist%C3%AAmicas_da_Arte
- Greff Grade, A. (2019). New media – Divisões e posições da arte contemporânea a partir do olhar de Claire Bishop. *Conectartbr*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. https://www.ufrgs.br/conectartbr/new-media-diviso-es-e-posico-es-da-arte-contemporanea-a-partir-do-olhar-de-claire-bishop/?utm_source=chatgpt.com
- Groys, B. (2013). *The logic of the collection*. Verso.
- Kunsch, M. M. K. (2018). A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. *Media & Jornalismo*, 18(2), 11–24. https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_1
- Mamontova, I. (2019). Estágio desenvolvido na Coleção da Caixa Geral de Depósitos: Contributos para a produção das exposições “Contra a Abstração” e “Coletivo de Curadores” [Relatório de

estágio de mestrado, Universidade NOVA de Lisboa]. Repositório da Universidade NOVA de Lisboa. <https://run.unl.pt/handle/10362/91218>

Oliveira, M. T. M. N. de. (2019). Estágio no Departamento de Divulgação do Museu Calouste Gulbenkian [Relatório de estágio de Mestrado em Museologia, Universidade Nova de Lisboa]. Recuperado de <https://run.unl.pt/bitstream/10362/93486/1/Maria%20Teresa%20Oliveira%20-%20Est%C3%A1gio%20no%20Departamento%20de%20Divulga%C3%A7%C3%A3o%20do%20Museu%20Calouste%20Gulbenkian.pdf>

Santos, E. (2004). Comunicação e cultura: Uma abordagem. Em *Estudos em homenagem a Luís António de Oliveira Ramos* (pp. 957–963). Faculdade de Letras da Universidade do Porto. <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/5028.pdf>

Santos Silva, D. (2021). Inovação e comunicação de cultura: Modelos narrativos emergentes. Em J. Lourenço & P. Lopes (Eds.), *Comunicação, cultura e jornalismo cultural* (pp. 51–70). NIP-C@M & Universidade Autónoma de Lisboa. <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.3> Disponível em: <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4751>

Sepe, F. (2013). A teoria da vanguarda de Peter Bürger. *Revista Exagium*, 11 edição (UFOP), 45.

Soares, L. A. (2020). Das Unheimliche ou “O estranho”, de Freud. *Abusões*, 6(1), 39–48. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/abusoes/article/view/42193>

Vasconcelos, R. C. F. (2019). O storytelling na comunicação estratégica: O uso de histórias como técnica de engajamento entre organizações e seus públicos [Dissertação de mestrado, Instituto de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa]. Universidade de Lisboa.