

A experiência de imersividade entre os visitantes de exposições imersivas

The immersivity experience among visitors to immersive exhibitions

Flávia Campos Junqueira*
Luciana Ferreira da Costa**

Resumo: Nos últimos anos, é notável a proliferação de exposições imersivas, capazes de atrair um grande público, prometendo uma experiência de imersividade inovadora. No esforço em contribuir para discussões na área da Museologia e o campo dos Museus, o presente artigo analisa as impressões do público visitante de exposições imersivas realizadas em três capitais brasileiras localizadas na região Nordeste do país, a saber, João Pessoa, Natal e Fortaleza. Após observação não participante de exposições imersivas, a investigação avança agora sobre as respostas ao questionário estruturado aplicado aos visitantes das exposições nas três cidades selecionadas. Com quarenta e seis respostas ao questionário, uma análise qualitativa dos dados é desenvolvida, aprofundando a observação não participante realizada anteriormente. No intuito de apreender as impressões do público sobre a experiência vivenciada, a ideia da experiência de imersividade é explorada conceitualmente pelas perspectivas de Oliver Grau (2003) e Rosangella Leote (2025), somando-se a discussões acerca dos públicos nos museus, de modo a compreendermos a importância do estudo para área. A análise dos dados demonstra que a sensação de imersividade está presente, em alguma medida, para a maior parte dos visitantes. Conclui que a sensação de imersividade pode ser experimentada mesmo quando o indivíduo tem um olhar crítico sobre ela, e que a intenção de visitar novas exposições imersivas no futuro, manifestada pela quase totalidade dos participantes, sinaliza a abertura do público para este formato.

Palavras-chave: Exposições imersivas; públicos; imersividade; experiência estética.

Abstract: In recent years, there has been a notable proliferation of immersive exhibitions, capable of attracting a large audience, promising an innovative immersive experience. To contribute to discussions around Museology and the field of Museums, this article analyzes the impressions of the visiting public of immersive exhibitions held in three Brazilian capitals located in the Northeast region of the country, namely, João Pessoa, Natal and Fortaleza. After non-participant observation of immersive exhibitions, the investigation now advances on the responses to the structured questionnaire applied to visitors of the exhibitions in the three selected cities. With forty-six responses to the questionnaire, a qualitative analysis of the data is developed, deepening the non-participant observation carried out previously. To capture the impressions of the public about the experience lived, the idea of the immersive experience is explored conceptually from the perspectives of Oliver Grau (2003) and Rosangella Leote (2025), adding to discussions about audiences in museums, to understand the importance of the study for the area. The analysis of the data shows that the feeling of immersion is present, to some extent, for most visitors. It concludes that the feeling of immersion can be experienced even when the individual has a critical view of it, and that the intention to visit new immersive exhibitions in the future, expressed by almost all participants, signals the public's openness to this format.

Key-words: Immersive exhibitions; audiences; immersiveness; aesthetic experience.

* Doutora em Comunicação pela UERJ. Mestre em Comunicação pela UFJF, onde também se graduou em Jornalismo. Realiza estágio de Pós-Doutorado no Programa Associado de Pós-graduação em Artes Visuais da UFPB e UFPE, bolsista pelo Edital N° 09/2023 Concessão de Bolsas de Pós-Doutorado Acadêmico, Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba. Membro da Rede de Pesquisa e (In)Formação em Museologia, Memória e Patrimônio. Email: flavinhajunqueira@gmail.com

** Doutora em História e Filosofia da Ciência especialidade em Museologia pela Universidade de Évora, Portugal. Mestre em Ciência da Informação e Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal da Paraíba. Realizou estágio de Pós-Doutorado junto ao Programa de Pós-Graduação em Museologia da UFPA. Professora Associada do Departamento de Ciência da Informação da UFPB e professora permanente do Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais da UFPB e UFPE. Coordenadora do Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais na UFPB (Biênio 2023-2025). É Editora do periódico científico *Perspectivas em Gestão do Conhecimento*. Líder da Rede de Pesquisa e (In)Formação em Museologia, Memória e Patrimônio. Email: lucianna.costa@yahoo.com.br

1. Introdução

A relação do público com a obra de arte sempre foi tema de interesse, não só para artistas, mas para aqueles interessados em compreender que as transformações materiais e estéticas pelas quais passam a sociedade, modificam seus processos interacionais (Benjamin, 1994; Eco, 2015; Rancière, 2010; Crary, 2012). Hoje, quanto mais nos distanciamos do início do século XXI, lidamos com naturalidade diante das novidades tecnológicas enquanto discussões sobre seus usos e implicações tornaram-se ainda mais relevantes, sobretudo por questões éticas. O deleite estético por meio das artes, que em outros tempos já fora circunscrito a espaços sagrados, ganhou novos contornos desde a possibilidade de participação real — e não só mental — do público, distanciando-se cada vez mais do observador passivo, para ser experimentado pelo interagente (Bishop, 2006; Primo, 2011), que é solicitado como um organismo integral, composto por sensações corporais diversas, em coexistência com pensamentos e impressões subjetivas (Sogabe, 2011, p. 72).

Partindo deste preâmbulo, o presente trabalho, oriundo de pesquisa no âmbito de estágio pós-doutoral, objetiva refletir sobre a experiência do público nas exposições imersivas que entraram em voga nos últimos anos, a partir da análise qualitativa de dados coletados junto ao público visitante de três exposições diferentes, a saber, “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso”, “Van Gogh e os Impressionistas” e a sala imersiva do Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque (MIS Ceará). Para tanto, buscamos aqui engendrar uma discussão em torno da imersividade sob as perspectivas de Oliver Grau (2003) e Rosangella Leote (2015), somados a reflexões sobre os públicos nos espaços museológicos, de maneira a contribuir com elucubrações sobre as exposições imersivas relacionadas à Museologia e ao campo dos museus.

A relação dos públicos com os espaços dedicados à exibição de trabalhos artísticos e com seus acervos se transformam à medida que novas formas de criação artística emergem em cada contexto histórico. Podemos lembrar que a própria definição de museu pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM), coloca o público como cerne de sua existência, a quem todas as suas funções se dedicam. A definição vigente, aprovada em 2022, na 26ª Conferência Geral do ICOM, em Praga, República Tcheca, estabelece que:

um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a

sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos (ICOM, 2022).

Em compasso com a afirmação de que “não há museu sem público - e representação sobre estes” (Köptcke, 2012, p. 214), Costa (2023, informação verbal)¹, ao analisar as definições de museu do ICOM, chamou a atenção para a presença do termo público em todas as definições, confirmando a assertiva de Köptcke, que ainda nos lembra que “o visitante aparece desde o momento da criação de um museu, assim atestam o decreto e o regimento que oficializam sua existência pública” (Köptcke, 2005, p. 188). Podemos acrescentar à discussão, a observação de que a fruição do público também está no âmago da definição atual de museu. Definição esta que, ao se fundamentar sobre o tripé patrimônio, público e experiência, demonstra um interesse nas relações. A preocupação com as relações também pode ser observada ao notarmos a presença da diversidade e a sustentabilidade como objetivos do museu, para além da pesquisa, coleção, conservação, e tudo relacionado ao patrimônio, seja material ou imaterial, assim como a citação à acessibilidade e inclusão como caminho para alcançá-los.

Buscando refletir sobre a relação do público visitante com os ambientes circundados de projeções das exposições imersivas, que se tornaram moda nos últimos anos, sabemos que nem todos os espaços onde estas exposições acontecem, se enquadram na definição de museu. Compreendemos, porém, que se trata de um fenômeno que pode ser relacionado à ideia de museu enquanto espaço de fruição artística, ainda que não atenda outros critérios como pesquisa, coleção, conservação, ensino ou ausência de lucro.

Durante a pesquisa, procedemos, anteriormente, relatos de caráter bibliográfico e exploratório (Junqueira; Costa, 2024a; 2024b), abordando conceitos que circundam os públicos e as exposições imersivas ou imersíveis, lançando mão de observação não-participante, enquanto técnica adequada para o cariz do estudo. Na ocasião, refletimos sobre a fruição do público em duas exposições imersivas em cartaz em João Pessoa, a partir da maneira como elas foram apresentadas e não da sensação real de cada um, cientes de que a subjetividade de cada indivíduo será responsável pela experiência vivenciada.

¹ Aula da disciplina Estudos de público em museus pelo Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais UFPB/UFPE, em agosto de 2023.

No presente estágio da investigação, nos aprofundamos sobre a percepção do público, avançando da observação não-participante, para a aplicação de questionário estruturado, instrumento metodológico adequado para ouvir diretamente nosso público-alvo.

2. As exposições e seus públicos

Para conhecer o público de um determinado espaço, é preciso compreendê-lo dentro do contexto social, cultural e material em que vivemos (Costa, 2023), visto que seus estudos visam compreender

usuário e o público, respectivamente, como parte da sociedade e de sua construção, bem como suas práticas informacionais e culturais que exigem arcabouços teóricos e métodos, questões e tensionamentos, mas, sobretudo, respostas aos fenômenos sociais e culturais dos usuários e dos públicos tanto no espaço físico como nos espaços virtuais (Costa, 2023, p. 211).

Vimos emergir nos últimos anos, várias exposições itinerantes convidando o público para uma experiência imersiva, prometendo um novo encantamento sobre obras de artistas há tanto conhecidos, como mestres do Renascimento ou de movimentos da vanguarda modernista. No Brasil, exposições como “Van Gogh Live 8K”, “Monet à beira d’água” e “Frida Kahlo: uma biografia imersiva”, invadiram *shopping centers*, conquistando multidões, a despeito do alto valor dos ingressos.

Neste contexto, consideramos importante pensar os modos emergentes de exposições, como as exposições imersivas que, embora muitas vezes aconteçam em espaços que não se encaixam na definição de museu como vimos, mas que funcionam como novos caminhos de fruição para os visitantes, ou para atrair novos públicos. Em concomitância ao fenômeno das exposições imersivas itinerantes, é notório o surgimento de espaços inteiramente dedicados à imersividade, como o *L’Ateliers des Lumières*, na França, o *Bunker des Lumières*, na Coreia do Sul, ambos inaugurados em 2018, ou o *Frameless*, no Reino Unido, inaugurado em 2022.

Ao mesmo tempo, podemos perceber instituições tradicionais e seculares, como o Museu D’Orsay, na França, por exemplo, criando experiências de relação com seu acervo através da Realidade Virtual, Realidade Aumentada ou mesmo das salas imersivas.² Aqui no Brasil temos o Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, que propõe

² Para comemorar os 150 anos do Impressionismo, movimento vanguardista do final do século XIX, o Museu D’Orsay criou a exposição imersiva em Realidade Virtual “*Une soir avec les impressionnistes - Paris 1874*”. A exposição ficou aberta ao público de 26 de março a 11 de agosto de 2024. Disponível em:

diferentes formas de interatividade pela tecnologia, desde sua fundação, em 2015, além de espaços como o MIS Experience, braço do Museu da Imagem e do Som de São Paulo, e a sala imersiva do Museu da Imagem e do Som Chico Albuquerque, o MIS Ceará, totalmente dedicados à imersividade, apenas para citar alguns exemplos.

Sobre os visitantes de museus no Brasil, “sabe-se que são majoritariamente escolarizados, com renda acima da média da população brasileira, basicamente divididos entre um público oriundo das visitas escolares (cativo) e um público não escolar (famílias, grupos diversos, turistas)” (Köptcke, 2005, p. 186). Além dos visitantes, o público pode ser formado por não visitantes, usuários, habitués ou neófitos, revelando uma pluralidade nos perfis que frequentam os museus. Reconhecê-los ajuda-nos a identificar questões que levam os diferentes públicos a se tornarem cativos ou aliados no processo (Köptcke, 2005). Adotamos o termo público compreendendo como uma coletividade que se relaciona direta ou indiretamente com os espaços, enquanto, ao falarmos de públicos, no plural, compreendemos as diversas categorias presentes em diferentes estudos (Cury, 2015).

Como já afirmado, buscamos compreender a relação do público visitante com as exposições imersivas, com ênfase na experiência vivenciada, por isso nosso foco é o público visitante de três exposições imersivas que ocorreram em três cidades diferentes: “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso”, realizada em João Pessoa, na Paraíba; “Van Gogh e os Impressionistas”, exposição itinerante que esteve em cartaz em Natal, no Rio Grande do Norte, e a sala imersiva do Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque, o MIS Ceará, na cidade de Fortaleza. A investigação com o público de todas as cidades foi feita no segundo semestre de 2024.

A primeira exposição a receber o questionário estruturado foi “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso”, em João Pessoa, Paraíba. Produzida pelo Luzzco, permaneceu em cartaz entre os meses de abril e setembro de 2024. Inaugurado em agosto de 2023, o espaço Luzzco, privado e dedicado a exposições imersivas na capital Paraibana, investe em produções próprias, que primeiro são apresentadas ali e, posteriormente, saem em itinerância por outras cidades³. As exposições do Luzzco, incluindo “O Auto de Ariano”, já foram objeto de análise das autoras em trabalhos

<<https://www.musee-orsay.fr/fr/agenda/expositions/un-soir-avec-les-impressionnistes-paris-1874>>. Acesso em: 11 fev. 2025.

³ Após a exibição em João Pessoa, “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso” iniciou sua itinerância em Recife, no Shopping RioMar, por onde passam outras exposições itinerantes de grande circulação.

anteriores (Junqueira; Costa, 2024a; 2024b), porém sob diferente perspectiva metodológica, a partir da observação não participante.

A segunda foi a exposição itinerante “Van Gogh e os Impressionistas”, que esteve em cartaz nos meses de setembro e outubro de 2024, em Natal, no Rio Grande do Norte. Produzida pela *Lightland* Produções, a exposição ocupou uma parte do Natal Shopping, centro de consumo localizado em área nobre da capital potiguar.

Por fim, no MIS Ceará, o público visitava três exposições numa mesma sala: “Aves do Ceará”, do duo de artistas VJ Suave; “Thomaz Farkas - A Beleza Diante dos Olhos”, uma grande exposição que ocupava não só a sala imersiva, mas outros espaços do MIS CE, em homenagem ao seu centenário, que seria comemorado em 2024; “Do Ponto ao Patrimônio”, obra imersiva do programa Cientista Chefe da Cultura, apoiado pela Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico, a Funcap, e produzida pelo Grupo LED — Laboratório de Experiências Digitais, da Universidade Federal do Ceará, com direção criativa do professor Dr. Diego Ricca, um dos coordenadores do LED.

Nas três ocasiões, os visitantes responderam a um mesmo questionário online, via plataforma Google Forms, composto por treze questões, com tempo de preenchimento entre três e cinco minutos. Nos aprofundaremos no questionário mais adiante. Antes, falaremos sobre a experiência de imersividade sob as perspectivas de Grau (2003) e Leote (2015).

3. A experiência de imersividade

Sabemos que a busca pela imersão na obra de arte não é intrínseca à tecnologia digital e estava presente antes do uso dos recursos tecnológicos na produção artística. Para além das associações com o cinema expandido ou cinema interativo (Youngblood, 1970; Greenaway, 2007), trabalhos que envolvem o público por meio de realidade virtual ou áudio binaural⁴, por exemplo, podem ser tão imersivos quanto vestir um dos Parangolés de Hélio Oiticica, ou participar de um *happening* do Grupo Fluxus⁵, afinal, os estados de imersividade podem existir em qualquer meio, não apenas no contato com a tecnologia digital ou em obras de arte interativas (Leote, 2015, p. 57). Nos tempos pré-cinema, na Europa do século XVIII, já existiam os panoramas, que com enormes painéis pintados, instalados ao redor de uma sala

⁴ Áudio binaural é uma tecnologia que permite perceber o som em 360°.

⁵ Fluxus é um grupo criado em 1961 por George Maciunas (1931-1978) que buscava inserir a arte no cotidiano para que todos pudessem não só compreendê-la, mas também vivenciá-la (Archer, 2001).

escura, e um ponto de observação central, tentavam simular a imersão em paisagens diversas (Queiroz, 2022, p. 425). Podemos ainda lembrar Umberto Eco, que em seu reconhecido trabalho de 1962, “Obra Aberta” (Eco, 2015), explica que o espectador faz a leitura de uma obra a partir de sua vivência, e que a experiência resultante dessa relação - ainda que mental - com a obra de arte, pode ser mais intensa para uns do que para outros.

O computador, no entanto, como nos lembra o alemão Oliver Grau (2003), intensificou a sensação de imersividade, principalmente a partir da Realidade Virtual, e continuará a intensificar, afinal, o avanço tecnológico cria possibilidades de distanciamento do público para com o meio, e “uma característica constante do princípio de imersão é ocultar a aparência do meio ilusório verdadeiro, mantendo-o abaixo do limiar perceptivo do observador, para maximizar a intensidade das mensagens que estão sendo transmitidas. O meio torna-se invisível” (Grau, 2003, p. 394). Em outras palavras, os recursos tecnológicos capazes de processar imagens e sons com cada vez mais nitidez, em dispositivos cada vez menores, potencializam a experiência de imersividade à medida que a mídia se torna menos perceptível para o público. O que Grau chama de meio ilusório, pode ser uma mídia imagética como o cinema ou a realidade virtual, sendo uma questão de tempo até a linguagem de cada uma delas se tornar banal para seu público e outra novidade chegar, como explicita:

O início de uma nova mídia imagética altera a relação entre o potencial sugestivo da imagem e a capacidade de distanciamento do observador, em geral para desvantagem do último. Entretanto, a habituação gradual do observador e a crescente competência da mídia levam a uma inversão nessa relação. A sugestão é aumentada somente quando uma nova mídia imagética de ilusão é capaz de mostrar um excesso de poder ilusionista (Grau, 2003, p. 397).

Importante destacar que Grau utiliza o termo observador para se referir ao indivíduo que frui das experiências, mas preferimos aqui assumir a expressão público, ou público visitante, mais especificamente, para permanecermos em compasso com os estudos de públicos da área da museologia, já citado aqui. Também assumimos a premissa de que, no contexto atual, termos como observador ou espectador tornaram-se insuficientes diante das possibilidades de interação ao abordarmos as relações mediadas pelas tecnologias, visto que evocam a uma passividade há muito superada (Eco, 2015; Rancière, 2010). Entendemos, portanto, a partir de tal perspectiva, que interatores ou interagentes seriam termos mais adequados para caracterizar o indivíduo na relação com trabalhos artísticos contemporâneos (Lemos, 2013; Primo, 2011).

Ao nos dedicarmos a entender a experiência da imersividade para o público visitante das exposições imersivas, interessa-nos justamente a relação dele com a obra. Retomando Grau, as novas mídias de ilusão seguem sistematicamente uma dinâmica utópica “de relocar o observador na imagem, eliminando a distância do espaço imagético, intensificando a ilusão e renovando o poder exercido sobre a audiência” (Grau, 2003, p. 394). E a familiarização com as mídias ilusionistas, com tecnologias cada vez mais desenvolvidas, transforma a capacidade de distanciamento do público em relação à imagem, num processo em que cada nova mídia desbanca a qualidade ilusionista da anterior. A novidade do fator movimento “n’A Chegada do trem à estação”, dos irmãos Lumière, por exemplo, se sobrepõe ao fator ilusionista das mídias ilusionistas anteriores (Grau, 2003, p. 397). Isso não quer dizer que a experiência de quem presenciou o surgimento do cinema no final do século XIX tenha sido menos intensa.

Considerando as mídias históricas de ilusão contra o pano de fundo de nossa ampla competência midiática atual, podemos julgar seu potencial sugestivo como muito pequeno. Entretanto, o julgamento talvez não corresponda de modo absoluto à experiência de nossos antepassados; a suposição é razoável diante do fato de, pela escassez de experiência com tais fenômenos em épocas remotas, o potencial sugestivo das mídias ilusionistas históricas ter sido vivenciado com muito maior intensidade que o das mídias de hoje. [...] O efeito das mídias ilusionistas sobre o observador é sempre relativo e depende, em primeiro lugar, da experiência midiática prévia (Grau, 2003, p. 395-396).

A compreensão de que a experiência midiática prévia do público tem relação com o efeito nele causado durante a experiência, mostra-se útil para análise das respostas dos visitantes das exposições imersivas registradas nos questionários, desenvolvidas adiante. Tal ideia também nos ajuda a entender que a experiência de imersividade pode se dar em maior ou menor nível - de maneira mais superficial ou mais profunda - a depender da predisposição do indivíduo (Leote, 2015), levando em conta que o repertório midiático impacta o distanciamento do público visitante com o espaço imagético, influenciando na subjetividade individual. A compreensão de Leote (2015) sobre a imersividade, baseada em conceitos da neurociência, é a de que a experiência de imersão não é condicional. Nesse sentido, ela assume que os trabalhos de arte que propõem uma imersão são obras imersíveis, em maior ou menor grau, de acordo com a subjetividade do indivíduo no momento da visita, e não imersivas (Leote, 2015, p. 57).

A perspectiva de Leote nos parece fundamental para compreender as diferentes percepções registradas nas respostas do público que respondeu ao nosso questionário. Diferenças estas que podem aparecer entre as respostas de um mesmo

visitante. Ela nos ajuda também a entender que as exposições imersivas que tratamos aqui, deveriam se chamar, na verdade, exposições imersíveis. Apesar da ciência sobre o conceito mais adequado, a partir de Leote, seguiremos aqui nos referindo às exposições como imersivas para adotar os nomes que como elas são denominadas e amplamente divulgadas. O uso do termo imersível, embora mais apropriado, pode não ter tanto apelo junto ao grande público, já que a palavra imersiva funciona como um chamariz, que se transforma em vendas de bilheteria. A espetacularização da experiência e a exploração comercial da imersão já foi tema de estudo anterior, que afirma que

as exposições se denominam imersivas a partir de uma articulação comercial que intenciona a espetacularização da experiência artística para atrair um público disposto e curioso para vivenciar experiências digitais. A expressão exposição imersiva, amplamente divulgada, promete uma experiência corporificada surpreendente, um acontecimento, um corte no modo de habitar cotidianamente o mundo (Queiroz, 2022, p. 425).

A experiência surpreendente mencionada por Queiroz (2022) pode ser relacionada aos “efeitos dionisíacos” da arte imersiva, a sensação de êxtase e encantamento mencionados por Grau (2003, p. 394). Sobre a espetacularização e o caráter mercadológico, Grau também refletiu que...

Em essência, todas as novas mídias imagéticas socialmente relevantes, desde a Antiguidade clássica até a revolução das imagens digitais, avançaram para servir aos interesses da manutenção do poder e do controle ou da maximização de lucros; quase nunca somente por fins artísticos, embora, em todas as épocas, os artistas tenham sido os principais teóricos e técnicos da imagem (Grau, 2003, p. 394).

Outro aspecto presente nas exposições imersíveis é a ludicidade, que Leote também relatou como um modo de fruição, e, assim como a imersividade, também está relacionada à subjetividade do visitante. A ludicidade “é um aspecto da interação que se cria por intenção de quem experiencia o contato com a obra. A obra, em si mesma, não é lúdica, embora possa carregar uma potencialidade para tal” (Leote, 2015, p. 56). Vemos, aqui, que tanto a imersividade como a ludicidade dependem inteiramente da predisposição do sujeito, não sendo a exposição, ainda que denominada como imersiva, suficiente para condicionar os visitantes a essa experiência.

A ludicidade também está presente na análise de Grau quando ele que “frequentemente, a arte imersiva serve para criar um distanciamento lúdico e uma desinibição tais no observador - seja lá como se entenda isso - que o resultado pode

ser processos de alteração da consciência” (Grau, 2003, p. 394). A reflexão de Grau sobre a alteração da consciência a partir do caráter lúdico despertado pela obra imersiva, nos lembra que a experiência estética para Clement Greenberg (2002), assumindo uma perspectiva kantiana, reside justamente no deslocamento da intuição comum para a intuição estética por parte do indivíduo. Esse deslocamento só é possível quando há uma canalização da consciência para os sentidos demandados pelos estímulos do ambiente. Entendemos, então, que a ludicidade pode ajudar o indivíduo a deslocar sua consciência para os sentidos, contribuindo para uma experiência sensorial mais intensa e, portanto, mais próxima da ideia de imersividade.

A seguir, avançamos para as exposições imersivas e análise dos dados coletados.

4. Percurso metodológico

A pesquisa empreendida foi de natureza bibliográfica, descritiva e exploratória, centrada na abordagem metodológica qualitativa com aporte quantitativo.

Considerando os três espaços arrolados na pesquisa, no caso exposições imersivas em três cidades diferentes da Região Nordeste do Brasil: “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso” em João Pessoa, na Paraíba; “Van Gogh e os Impressionistas”, exposição itinerante que esteve em cartaz em Natal, no Rio Grande do Norte, e a sala imersiva do Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque, o MIS Ceará, na cidade de Fortaleza, a pesquisa contemplou os públicos visitantes das referidas exposições.

Para a obtenção dos dados, em compasso com o objetivo da pesquisa, aplicamos questionários junto ao público visitante de exposições imersivas que estiveram em cartaz no segundo semestre de 2024.

A primeira coleta de dados em João Pessoa, foi escolhida por ser a cidade onde fica o campus central da Universidade Federal da Paraíba, à qual esta pesquisa está vinculada. Já as demais cidades foram contempladas pela proximidade e pelo calendário das exposições, compatível com o período de vigência da pesquisa pós-doutoral. A cidade de Fortaleza, apesar da distância, foi eleita também por ter uma sala imersiva no Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque, inaugurada em 2022, como parte do complexo cultural do MIS Ceará. Uma quarta

capital, Recife, em Pernambuco, também teve uma exposição observada⁶, mas por não ter sido possível aplicar o questionário ao público visitante, não figurou como objeto desta análise.

Outro critério utilizado nas escolhas, foi a variedade dos tipos de produção. Embora todos se enquadrem como exposições imersivas, trata-se de três cenários diferentes quando observados o acesso pago ou gratuito, os temas e a qualidade técnica das imagens, fator diretamente relacionado ao potencial sugestivo da mídia ilusionista, como vimos com Grau (2003). Tais questões também surgiram como pontos sensíveis na percepção final do público visitante, apontadas nas respostas, como veremos adiante.

Buscando compreender a relação do público visitante com as exposições imersivas por meio da experiência vivenciada, o questionário foi estruturado com 13 questões ao total, sendo 12 perguntas objetivas, de múltipla escolha, e uma pergunta discursiva, com campo em aberto para ser preenchido de forma livre pelo respondente. As primeiras cinco perguntas referiam-se a marcadores sociodemográficos para recortes de idade, gênero, escolaridade, faixa salarial e cidade de residência. As outras oito questões abordavam desde o hábito de frequentar museus e o motivo da visita àquela exposição, até impressões mais subjetivas, como sensações, avaliação da experiência, se a pessoa se sentiu parte da exposição e se pretende visitar outras exposições imersivas no futuro. Antecedendo as questões, havia um termo de consentimento livre e esclarecido, de preenchimento obrigatório, assim como todo o questionário. O formulário *online* foi aplicado via QRCode, que guiava para link na plataforma *Google Forms*. A participação era voluntária e anônima.

Nas cidades de Natal e Fortaleza, as pessoas foram abordadas ainda dentro da sala de projeções, onde abriam o link em seus dispositivos móveis para posterior preenchimento. O dia da semana escolhido para realização da pesquisa nas duas cidades foi sábado, por entendermos que seria dia de maior movimento em relação aos dias de semana. Em João Pessoa, por não termos tido autorização para aplicar o questionário no espaço expositivo, o link foi enviado via e-mail para estudantes da graduação e do mestrado em Artes Visuais da Universidade Federal da Paraíba, que fizeram uma visita guiada à exposição “O Auto de Ariano”.

Ao total, tivemos 46 respostas ao questionário, tendo sido o público da itinerância de Van Gogh, em Natal, o mais participativo, somando 23 respostas ou

⁶ Trata-se da exposição itinerante “Michelangelo - o Mestre da Capela Sistina”, que esteve em cartaz no Shopping RioMar Recife, entre julho e setembro de 2024.

50% das participações. O “Auto de Ariano” e as exposições do Museu da Imagem de Som, tiveram 12 e 11 participações, respectivamente.

5. Análises e discussões sobre as experiências vivenciadas

Nesta seção, apresentamos os dados analisados de duas formas: em sua completude, considerando o universo de 46 respostas, mas também a partir de algumas especificidades das exposições, considerando o recorte por cidade (João Pessoa, Natal e Fortaleza), já que algumas dessas especificidades foram apontadas nas respostas do público.

Em João Pessoa, o local de exibição da exposição era um espaço privado, com entrada paga, porém, com temática de grande apelo junto à população, por se tratar de uma exposição sobre o poeta, romancista, ensaísta, dramaturgo, professor e advogado paraibano, Ariano Suassuna. Em Natal, o tema também possuía certo apelo popular por reproduzir obras de Vincent Van Gogh e outros mestres do Impressionismo. Foi realizada dentro de shopping em área nobre da capital potiguar, com entrada também paga. Trata-se de uma das tantas exposições comerciais itinerantes, sobre grandes nomes da pintura, que circulam pelo Brasil nos últimos anos. Já em Fortaleza, o Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque é um equipamento cultural pertencente ao Governo do Estado do Ceará e tem entrada gratuita. Na data de investigação, sua sala imersiva exibia três exposições de diferentes artistas, todas inéditas e criadas originalmente para aquele ambiente. Por ser o MIS Ceará um espaço dedicado à produção e difusão artística e à reflexão crítica, é notável a preocupação com o apuro tecnológico e a qualidade técnica das projeções. Dentre os três cenários, é o único que se encaixa na definição de museu pelo ICOM, vista no início deste trabalho.

No intuito de conhecer os perfis dos visitantes das exposições imersivas e, principalmente, suas impressões sobre a experiência vivida, a análise aqui desenvolvida orienta-se metodologicamente na perspectiva de Köptcke, considerando os estudos de recepção do público como um dos pilares dos estudos do público efetivo, junto com as sociografias e os estudos de fluxo. Como afirma a autora,

junto ao público efetivo, tratando das práticas reais de visita, os objetivos são sintetizados em três grupos principais: as sociografias, que visam descrever o perfil e as modalidades de apropriação das instituições; os estudos de fluxo, que pretendem acompanhar a dinâmica das visitas ao longo do tempo, contabilizando quantas pessoas realizam tal prática; e os estudos de recepção, que buscam

compreender as formas de apropriação e o sentido das práticas junto aos visitantes (Köptcke, 2012, p. 216).

No recorte sociodemográfico geral, tivemos um público majoritariamente feminino, jovem, com alto nível de escolaridade e renda familiar. De 46 respondentes, 30 se identificaram pelo gênero feminino, 15 como gênero masculino e uma pessoa se identificou como não binária. No recorte por idade, 24 respondentes têm entre 18 e 29 anos e 16 estão na faixa de 30 a 39 anos. Apenas quatro afirmaram ter entre 40 e 49 anos e duas, entre 50 e 59 anos. Interessante adicionar que, ao ser questionado sobre o perfil do público do MIS Ceará após a inauguração da sala imersiva, o diretor Silas de Paula (2024, informação verbal)⁷ afirmou que é perceptível a presença de um público cada vez mais jovem no espaço, o que a longo prazo, pode se reverter para um público cativo, que seguirá frequentando museus. O questionário foi aplicado para o público acima de 18 anos, mas não tivemos respostas de pessoas com 60 anos ou mais⁸.

Com relação ao grau de escolaridade, 19 pessoas afirmaram ter pós-graduação, 12 disseram ter ensino superior incompleto, oito têm ensino superior completo e sete pessoas disseram ter ensino médio. Já sobre a renda familiar, 18 selecionaram a faixa de cinco salários-mínimos ou mais, enquanto as opções de até dois salários-mínimos e três a quatro salários, tiveram 14 respostas cada. No quesito econômico, os espaços emergentes de exposições imersivas não parecem propor, ao menos por enquanto, alguma mudança no perfil de frequentadores de museus no Brasil que vimos com Köptcke (2005, p. 186).

Por fim, em todas as cidades, a maioria dos visitantes eram residentes da própria capital onde a exposição era exibida, totalizando 32 dos 46 respondentes, enquanto onze afirmaram residir no respectivo Estado e três informaram residir em Unidade Federativa diferente daquela onde se encontrava, visitando a exposição. O questionário não foi aplicado em períodos de alta temporada em nenhuma das cidades, vale ressaltar.

Ao serem questionados sobre o hábito de frequentar museus ou outros espaços tradicionais de arte e cultura, a maior parte afirmou visitar ocasionalmente (entre uma ou duas vezes por ano), somando 15 das 46 respostas. Logo a seguir, 11

⁷ Seminário Arte e Tecnologia: Novos Horizontes. Mesa 2 - Tema: Estética Digital e Experiências Imersivas, com Silas de Paula e Thaís de Campos, com mediação de Alexandre Veras, promovido pelo Museu da Imagem e do Som do Ceará. Outubro de 2024.

⁸ Sabemos que o fato do questionário ser disponibilizado apenas no meio digital é um fator limitante para determinados públicos. O meio, no entanto, foi o escolhido a partir da dificuldade de autorização para realização da pesquisa nos espaços privados.

peessoas disseram visitar muito frequentemente (mais de cinco vezes ao ano) e dez pessoas falaram que vão frequentemente a esses espaços (de três a cinco vezes por ano). Ainda tivemos oito pessoas que afirmaram frequentar raramente (menos de uma vez ao ano) e outras duas que não frequentam estes ambientes.

A pergunta em seguida questionava se era a primeira vez em uma exposição imersiva. Nela, 27 pessoas disseram que sim, era sua primeira vez em uma exposição do tipo, enquanto 18 informaram que não. Uma pessoa não soube informar se já havia visitado uma exposição imersiva antes. A capital potiguar foi responsável pela grande maioria das respostas positivas a esta questão, visto que 73% do público de lá disse estar tendo a experiência pela primeira vez. Lembramos que, das três cidades, Natal é a única cuja exposição era itinerante, sem ter um espaço próprio dedicado à imersividade, diferente de João Pessoa e Fortaleza, o que impacta na oportunidade do público local de conhecer o formato.

Entre os motivos para a visita à exposição, “interesse pelo tema” foi a alternativa mais apontada por 29 pessoas do universo total de respondentes, seguido por “experiência imersiva”, com 26 sinalizações. Aqui era possível escolher mais de uma opção entre os motivos listados. “Conhecer o espaço” e “lazer/passeio” ficaram em terceiro, com 25 respostas, seguidos por “adquirir conhecimento” em quarto, com 22, e “curiosidade” com 21 respostas. Ainda, 19 pessoas apontaram “novidade” como um dos motivos da visita, 10 estavam “acompanhando filhos/amigos ou outras pessoas” e apenas duas sinalizaram que estavam de “férias”. A opção “outros”, com campo disponível para preenchimento, não foi escolhida por ninguém.

Ainda sobre os motivos da visita, nos debruçamos com um pouco mais de detalhamento entre as cidades. Enquanto “interesse pelo tema” foi o motivo mais apontado no universo total, em Fortaleza, cuja entrada era gratuita, apenas duas pessoas escolheram esta opção como motivadora para a visita. A mais escolhida na cidade cearense foi “lazer/passeio”, com dez pessoas, entre onze, marcando a alternativa. Em Natal e João Pessoa, onde as exposições eram pagas, o motivo mais escolhido foi “interesse pelo tema”, com 17 e 10 pessoas escolhendo a opção, respectivamente. “Conhecer o espaço” foi a segunda alternativa mais escolhida entre os respondentes de Fortaleza e João Pessoa, o que nos lembra que ambos são espaços permanentes e recém-inaugurados, enquanto a exposição de Natal era itinerante e ficava dentro de um shopping conhecido do público local, não se tornando, portanto, um fator motivacional. Na capital potiguar, “conhecer o espaço” foi a sétima opção mais apontada, perdendo apenas para “acompanhar filhos, amigos ou outras

pessoas” e “férias”. A “experiência imersiva” foi escolhida por 15 pessoas de Natal, tornando-se o segundo motivo mais apontado pelos respondentes locais. Já em Fortaleza, cinco pessoas apontaram a alternativa como motivadora, ficando como terceira opção na cidade, e apenas como quarto motivo para visita dos respondentes de João Pessoa, tendo recebido seis respostas. “Novidade”, “curiosidade” e “adquirir conhecimento” ficaram à frente da experiência imersiva na capital paraibana, com sete respostas cada.

O tópico seguinte perguntava se em algum momento da visita, o respondente percebeu ou pensou nas sensações físicas proporcionadas pela experiência, e a grande maioria, 41 pessoas, respondeu que sim. Apenas quatro responderam que não, enquanto uma pessoa não soube dizer. Essa questão buscava identificar o grau de consciência do público sobre os próprios sentidos, compreendendo que a experiência estética passa pela consciência, como vimos com Grau (2003) e Greenberg (2002). Junto dessa pergunta, vinha o seguinte adendo: “Por sensações físicas entendemos a percepção pelos sentidos humanos - audição, olfato, tato, paladar, visão e etc.”.

Na sequência dessa questão, a pergunta era justamente sobre a sensação de imersividade, questionando se a pessoa se sentiu parte da exposição imersiva. Nela, 14 pessoas afirmaram terem se sentido completamente parte da exposição, e 23 responderam que sim, ao menos parcialmente. Seis pessoas se sentiram indiferentes/neutras à experiência e três disseram não terem se sentido imersas. Somando as respostas das pessoas que se sentiram completamente ou parcialmente parte da exposição, temos um total de 37 respondentes dizendo que tiveram uma experiência ao menos próxima da imersividade, considerando que afirmaram se sentir parte da exposição em alguma medida.

Interessante destacarmos novamente as variações entre as cidades. Enquanto a sala imersiva do MIS Ceará, em Fortaleza, recebeu apenas uma resposta de indiferença/neutralidade, com as outras dez respostas positivas, completa ou parcialmente, a itinerância de Van Gogh, em Natal, e a homenagem a Ariano Suassuna, em João Pessoa, concentraram mais respostas de indiferença/neutralidade, além de terem recebido as três respostas negativas sobre a experiência de imersividade. Lembramos aqui uma informação trazida anteriormente de que o apuro tecnológico e a qualidade técnica das projeções do MIS Ceará eram notáveis, principalmente se comparados com as outras duas exposições. Retomando Grau (2003), a qualidade ilusória da mídia tem o poder de influenciar na experiência

do público, que podemos agora verificar com os dados coletados. Proporcionalmente, Fortaleza teve 36,4% de respostas afirmando se sentirem completamente parte da exposição e 54,5%, se sentiram imersos ao menos parcialmente. Para efeitos comparativos, as mesmas respostas tiveram o índice de 30,4% e 52,2%, respectivamente, em Natal, enquanto em João Pessoa os índices foram 25% e 41,7%. O caráter mercadológico do evento é um ponto em comum nas duas últimas cidades. Este fato coloca o público visitante no lugar de cliente, o que atravessa sua experiência pelo custo-benefício em relação ao valor gasto no ingresso. Tal postura foi explicitada por algumas pessoas na questão discursiva, a última do questionário, com campo em aberto para que pudessem descrever a experiência e as sensações despertadas pela exposição. Destacamos alguns trechos:

Legal, porém muito cara, esperava mais (respondente 44 - Natal/RN)⁹

Muito ruim. Sensação de dinheiro jogado fora (respondente 28 - Natal/RN).

Poderia ter sido melhor, acho que faltou conforto onde se sentar ou ficar... mas para uma primeira experiência foi bem válido [...] (respondente 29 - Natal/RN)

[...] Eu esperava ter uma experiência sensorial melhor, achei que a exposição foi projetada para “ficar bonita nas fotos” pela lente do telefone ela é linda, já para meus olhos ela não foi tão incrível assim [...] (respondente 39 - Natal/RN).

A exposição em si é boa, mas poderia focar mais em elementos da vida de Van Gogh. A parte descritiva poderia apresentar mais informações. [...] Também poderia ter tradução para outros idiomas, considerando se tratar de um shopping que recebe vários estrangeiros (respondente 27 - Natal/RN).

A experiência imersiva em geral foi boa, me surpreendi com todo o trabalho feito, porém acredito que a história do pintor poderia ser contada de uma forma melhor, além disso as obras poderiam ter sido mais exploradas. Por ser imersiva também seria genial o uso de tecnologia 3D com óculos (respondente 38 - Natal/RN).

[...] senti falta de maior variedade de obras e artistas impressionistas, já que não é unicamente sobre Van Gogh (respondente 45 - Natal - RN).

Resgatando a informação de que, diferente das outras cidades, os respondentes de João Pessoa eram estudantes de artes visuais, de nível superior e pós-graduação, que visitaram a exposição acompanhados de professores, para uma visita guiada. Podemos então observar uma postura mais crítica, principalmente com

⁹ A numeração dos respondentes está sendo considerada pelo universo total de 46 respondentes e não por cidade.

relação ao cunho mercadológico do espaço, além de um olhar mais aguçado para questões técnicas, evidenciados em algumas respostas:

[...] Durante a visita, não me senti muito imersa, especialmente na sala de projeções, me parecia mais que eu estava vendo um vídeo num telão de cinema (respondente 7 - João Pessoa/PB)

Achei interessante conhecer a história de Ariano Suassuna, mas acho que esperava mais da proposta imersiva. Achei bonito visualmente, mas nada demais que me deixasse tocada emocionalmente (respondente 10 - João Pessoa/PB)

A última experiência em si deixou a desejar no quesito imersão. Não podia tocar e nem interagir com os objetos expostos. [...] A única "imersão" de fato era a sala de exibição porque nós estávamos vendo imagens ao nosso redor e ouvindo a trilha sonora, mas não foi imersiva mesmo. As outras duas que já tinha ido foram melhores em todos os aspectos (respondente 12 - João Pessoa/PB).

Pelo fato de ser uma exposição imersiva, esperava um maior empenho em tornar o ambiente favorável à imersão completa do espectador. Coisas como o isolamento acústico insatisfatório e o fato de deixar explícito a estrutura e os próprios projetores contribuiu para a quebra de expectativa. Além disso, [...] acredito que, para que o espectador pudesse se sentir mais imerso e participante da exposição, haveria de ter uma abertura maior para a interação do público (para tocar no acervo, por exemplo) e, principalmente, um maior planejamento em relação a própria ocupação do espaço (respondente 2 - João Pessoa/PB).

Esta foi a minha segunda experiência em uma exposição imersiva [...] a primeira vez foi mais impactante e surpreendente. [...] não senti tanto que fazia parte da exposição, exceto pela sala onde reproduziram a cena do julgamento de "O auto da compadecida", mesmo assim este momento também foi narrado, mas não de forma a fazer com que eu me sentisse parte do julgamento. Gostei bastante da experiência e saí da exposição com muitas informações interessantes acerca de Ariano, mas acho que eu esperava algo mais dinâmico nos moldes da primeira experiência [...] (respondente 4 - João Pessoa/PB).

Foi uma experiência interessante, o modo que colocam as imagens refletindo o ambiente inteiro é visualmente estimulante. Mas, como espectadora, ainda me senti num lugar de passividade. A meu ver, as pinturas de Kandinsky mesmo que num plano 2D, são muito mais imersivas do que exposições como essa (respondente 6 - João Pessoa/PB).

Apesar dos depoimentos mais críticos sobre o espetáculo paraibano, a experiência foi avaliada como "interessante" por nove dos 12 visitantes locais, além de "prazerosa" e "multissensorial" por quatro, e "surpreendente" por três participantes. Três pessoas avaliaram a experiência na exposição imersiva como "indiferente". Em Natal, da mesma forma, a maior parte avaliou positivamente, com 19 pessoas avaliando como "interessante", seguido por "prazerosa", assim avaliada por 18

visitantes da capital potiguar. A alternativa “surpreendente” aparece em terceiro, com dez respostas e “multissensorial” em quarto, com sete. Duas pessoas em Natal consideraram a experiência “indiferente” e uma, “desinteressante”. Ninguém, em nenhuma das capitais, avaliou a experiência como “desagradável”, opção que também estava presente na questão de múltipla escolha, que tinha a possibilidade de selecionar mais de uma alternativa. Em Fortaleza, a avaliação positiva foi unânime, tanto nas alternativas de múltiplas escolhas selecionadas, como no espaço aberto para descreverem a experiência. Dez pessoas avaliaram a experiência na sala imersiva do MIS CE como “prazerosa”, nove como “interessante”, oito como “surpreendente”, seis como “multissensorial” e uma como “vertiginosa”. Os termos “indiferente”, “desinteressante” e “desagradável” não foram selecionados pelo público cearense.

Destacamos algumas das manifestações positivas dos visitantes:

Maravilhosa, me emocionou muito (respondente 1 - João Pessoa/PB).

Conhecia o espaço onde a exposição foi realizada, mas apenas por meio de posts em redes sociais (Instagram). Ao visitar pela primeira vez uma exposição imersiva no local, tive uma experiência totalmente diferente da que imaginava. Foi uma surpresa positiva. [...] No geral, considero que a experiência foi extremamente positiva e deve ser ainda mais difundida para o público geral, em especial aqueles que acreditam que museus e espaços de arte são ambientes datados e "chatos". A imersão foi utilizada como uma ferramenta para contar sobre a história de Ariano Suassuna (temática da exposição em relato), o que nos despertou, através dos sentidos, emoções que acredito não serem possíveis transmitir em uma exposição não imersiva (respondente 5 - João Pessoa/PB).

Incrível me senti parte (respondente 11 - João Pessoa/PB)

Sentimento de paz e calma (respondente 13 - Fortaleza/CE).

Surreal (respondente 17 - Fortaleza/CE).

Incrível (respondente 18 - Fortaleza/CE).

Como eu nunca tinha vindo a uma exposição como esta, fiquei surpreso e muito feliz com os detalhes minimamente pensados e explorados. Foi uma sessão muito prazerosa. Me fez querer participar mais vezes (respondente 22 - Fortaleza/CE).

Uma experiência maravilhosa, ainda mais em um equipamento público do Estado. Deveria ser mais divulgado para a população (respondente 23 - Fortaleza/CE).

É incrível, lindo e único (respondente 30 - Natal/RN).

[...] foi uma experiência maravilhosa. A cada música que tocava vinha um novo sentimento (respondente 36 - Natal/RN).

[...] Me despertou tranquilidade/paz... (respondente 29 - Natal/RN)

Foi uma experiência maravilhosa. Sensações de encantamento e alegria (respondente 41 - Natal/RN).

Ainda na questão discursiva, os sentidos e a imersividade foram exaltados em algumas respostas, como podemos observar nos depoimentos abaixo, com destaque para o primeiro, que percebeu a imersividade como recurso presente também nas outras salas da exposição, e não apenas na sala de projeções:

[...] Apesar de comumente considerarem "imersiva" apenas a parte das projeções (carro chefe da casa), percebe-se que estamos a todo momento dentro de um espaço imersivo, seja pela organização temática das salas, seja pela iluminação ou seja pela narração. [...] A imersão foi utilizada como uma ferramenta para contar sobre a história de Ariano Suassuna (temática da exposição em relato), o que nos despertou, através dos sentidos, emoções que acredito não serem possíveis transmitir em uma exposição não imersiva (respondente 5 - João Pessoa/PB).

Me senti dentro do espetáculo apresentado. Como se tivesse fazendo parte do vídeo (respondente 21 - Fortaleza/CE).

Muito interessante, sensação de realmente estar inserido na paisagem (respondente 14 - Fortaleza/CE).

Experiência muito boa! Desperta o imaginário. Aguça a visão e as emoções (respondente 24 - Natal/RN).

Eu senti felicidade, curiosidade, arrepios, encanto (respondente 43 - Natal/RN).

Um local de interação entre o espectador e as obras dos artistas (Van Gogh e os impressionistas), onde quase sentimos as imagens tocando nosso corpo e flutuando junto com nossa mente (respondente 45 - Natal - RN).

Além das avaliações positivas acerca da experiência, os participantes da pesquisa manifestaram a intenção de visitar outras exposições imersivas futuramente. Ao serem questionados sobre isso, 38 afirmaram que sim, pretendem visitar, sete responderam que talvez e uma pessoa não soube dizer. Nenhum dos 46 respondentes disse não pretender visitar outra exposição imersiva no futuro.

6. Considerações finais

No intuito de refletir sobre a experiência do público nas exposições imersivas, realizamos uma análise qualitativa das respostas coletadas via questionário junto ao público visitante das três exposições nas cidades selecionadas. Para entendermos a

experiência de imersividade, utilizamos para a análise as ideias de Grau (2003), que afirma ela foi intensificada pela chegada do computador, e em Leote (2015), que, baseada numa perspectiva neurocientífica, afirma que tal experiência só existe quando há a predisposição do sujeito para vivenciá-la. O conceito de experiência estética de Greenberg (2002) foi resgatado para mostrarmos que as posições de Grau e Leote não são excludentes, pelo contrário, se complementam, considerando ainda que na relação com o meio, não podemos esquecer que cada indivíduo deve ser entendido como corpo físico, composto por sistema sensorial, sistema nervoso central complexo e um cérebro.

Ao longo do trajeto, consideramos relevante também retomar as reflexões sobre os públicos nos museus (Köptcke, 2012; Costa, 2023), por entendermos que pensar a relação dos públicos com os espaços dedicados à exibição de trabalhos artísticos e com seus acervos é, também, dialogar com as transformações nos recursos tecnológicos e nas formas de fazer artístico de cada contexto histórico.

A partir dos dados obtidos, constatamos que a sensação de imersividade esteve presente, ao menos em alguma medida, para a maior parte dos 46 visitantes que aceitaram responder o questionário, mesmo que críticas diversas tenham sido tecidas pelos participantes às exposições visitadas, o que demonstra que o “efeito dionisíaco”, como nomeia Grau (2003), pode acontecer mesmo quando um olhar mais crítico é lançado sobre a própria experiência. Além disso, tivemos quase unanimidade na intenção futura de visitar novas exposições imersivas, com apenas uma pessoa demonstrando dúvida ao responder “talvez”, o que sinaliza uma forte abertura do público respondente ao formato.

Frente a todo o exposto, consideramos importante a observação do fenômeno das exposições imersíveis enquanto uma prática cultural, como forma de contribuir com reflexões sobre o fenômeno relacionadas à Museologia e ao campo dos museus. Compreendendo os museus não só como instâncias comunicacionais (Scheiner, 2023), mas também como lugar de antecipação do futuro (Britto, 2023), as exposições imersivas podem funcionar como atrativo para novos públicos e como novos caminhos para a fruição de ações expositivas, educativas, de comunicação e acessibilidade.

Referências

ARCHER, Michael. *Arte Contemporânea: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: Benjamin, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Obras escolhidas v. 1. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BISHOP, Claire. *Participation*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2006.

BRITTO, Clovis Carvalho. Quando um museu inaugura a cidade: o museu histórico de Brasília como síntese da imaginação museal de Juscelino Kubitschek. In: Magalhães, Fernando; Costa, Luciana Ferreira da; Hernández, Francisca Hernández & Curcino, Alan. *Museologia e Patrimônio - Volume 10*, Escola Superior de Educação e Ciências Sociais – Politécnic de Leiria, 2023. Disponível em: https://www.ipleiria.pt/eseecs/wp-content/uploads/sites/15/2024/02/Livro-Museologia-e-Património-Volume-10-2023-Final_low.pdf. Acesso em: 25 abr. 2025.

BOONE, S. Arte Virtual: da Ilusão à Imersão – Oliver Grau. *PORTO ARTE: Revista de Artes Visuais*, [S. l.], v. 16, n. 26, 2010. DOI: 10.22456/2179-8001.14724. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/PortoArte/article/view/14724>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Conselho Internacional de Museus. *Definição de Museu*, aprovada durante a Conferência Geral do ICOM. Praga, 24 de agosto de 2022. Disponível em: https://www.icom.org.br/?page_id=2776. Acesso em: 25 abr. 2025.

COSTA, Luciana Ferreira da. Estudos de usuários e estudos de público em museus: perspectivas para análise de interação e experiência virtual dos usuários e públicos. In: Britto, Clovis Carvalho (Org.). *Os museus e o campo da informação: processos museais, museologia e ciência da informação*, São Paulo: Abecin Editora, 2023. Disponível em: <https://portal.abecin.org.br/editora/issue/view/49>. Acesso em: 25 abr. 2025.

CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Organização Tadeu Capistrano. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

CURY, Marília Xavier. A pesquisa acadêmica de recepção de público em museus no Brasil: estudo preliminar. *Anais do XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação*. João Pessoa, PB: Ancib e UFPB, 2015. v. GT 9. p. 1-20.

ECO, Umberto. *Obra aberta: formas e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 2015.

GRAU, Oliver. *Virtual Art: from illusion to immersion*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2003.

GREENAWAY, Peter. O cinema está morto, vida longa ao cinema? *Caderno SESC Videobrasil*, v. 3, n. 3, São Paulo: Edições SESC SP, 2007. p. 88-103.

GREENBERG, Clement. *Estética doméstica*. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

JUNQUEIRA, Flávia Campos; COSTA, Luciana Ferreira da. O público nas exposições imersivas de artistas locais em João Pessoa/PB. In: 9º Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia - Seminário de Artes Digitais 2024, 2024, Belo Horizonte. *Anais do 9º Congresso internacional de arte, ciência e tecnologia: Seminário de Artes Digitais*. Belo Horizonte: EdUFMG, 2024a. v. 1. p. 1-12.

JUNQUEIRA, Flávia Campos; COSTA, Luciana Ferreira da. Ludicidade, Interatividade e Imersividade: modos de fruição nas exposições imersivas. In: 24º ENANCIB - Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2024, Vitória. *Anais XXIV ENANCIB*, 2024b. p. 1-15.

KÓPTCKE, Luciana Sepúlveda. Bárbaros, escravos e civilizados: o público dos museus no Brasil. *Revista do Patrimônio*, 31 – Museus: antropofagia da memória e do patrimônio. Brasília: IPHAN, 2005.

KÖPTCKE, L. S. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. *Museologia & Interdisciplinaridade*, v.1, n.1, p. 209-235. jan./jul. 2012.

LEMONS, André. Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede. *Galaxia*, São Paulo, Online, n. 25, p. 52-65, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641251006.pdf>. Acesso em: 01 out. 2024.

LEOTE, Rosangella. *ArteCiênciaArte*. São Paulo: Editora da Unesp Digital. 2015.

MORAES, Júlia Nolasco Leitão de. Horizontes e itinerários da participação dos públicos nos museus. *Museologia & Interdisciplinaridade*, v. 10, n. 20, jul./dez. 2021.

PRIMO, Alê *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

QUEIROZ, Suzane. As exposições imersivas e a espetacularização da experiência estética no séc. XXI. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA e SEMINÁRIO DE ARTES DIGITAIS, 7., 2022, Belo Horizonte. *Anais [...]*Belo Horizonte: EdUEMG, 2022. p. 422-429.

RANCIÈRE, Jacques. *The emancipated spectator*. Lisboa: Orfeu Negro, 2010.

SCHEINER, Teresa Cristina. (2023). Prólogo - Museologia, Patrimônio, narrativas do real. O que dizem, hoje, os museus? In: Magalhães, Fernando; Costa, Luciana Ferreira da; Hernández, Francisca Hernández & Curcino, Alan. *Museologia e Patrimônio - Volume 10*, Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, Instituto Politécnico de Leiria. Disponível em: https://www.ipleiria.pt/esecs/wp-content/uploads/sites/15/2024/02/Livro-Museologia-e-Patrimônio-Volume-10-2023-Final_low.pdf. Acesso em: 25 abr. 2025.

SOGABE, Milton. Instalações interativas mediadas pela tecnologia digital: análise e produção. *ARS*, v. 9, n. 18, p. 60-73, 1 jan. 2011.

YOUNGBLOOD, Gene. *Expanded cinema*. New York: P. Dutton & Co., Inc, 1970.

Data de recebimento: 28.02.2025

Data de aceite: 25.04.2025