



Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO
Centro de Ciências Humanas e Sociais – CCH



Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST

Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS
Mestrado em Museologia e Patrimônio

O FENÔMENO *GATEKEEPER*

***Museologia, compartilhamento
e conectividade híbrida na sociedade global***

Karina Muniz Viana

Orientador: Tereza Scheiner

O FENÔMENO *GATEKEEPER*

*Museologia, compartilhamento
e conectividade híbrida na sociedade global*

por

Karina Muniz Viana,
Aluna do Curso de Mestrado em Museologia e Patrimônio
Linha 01 – Museu e Museologia

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Museologia e Patrimônio.

Orientador: Professora Doutora Teresa
Cristina Moletta Scheiner.

UNIRIO / MAST – Rio de Janeiro, Abril de 2016

FOLHA DE APROVAÇÃO**O FENÔMENO *GATEKEEPER***

Museologia, compartilhamento
e conectividade híbrida na sociedade global

Dissertação de Mestrado submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO / Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST, como requisito final para obtenção do grau de Mestre em Museologia e Patrimônio.

Aprovada por

Profa. Dra. _____
Teresa Cristina Moletta Scheiner – Orientadora

Profa. Dra. _____
Priscila de Siqueira Kuperman
(PPG-PMUS)

Profa. Dra. _____
Rosane Maria Rocha de Carvalho
(UERJ)

Rio de Janeiro, Abril de 2016

Dados internacionais de catalogação-na-Publicação (CIP)

M261 Viana, Karina Muniz

O fenômeno *gatekeeper* – Museologia, compartilhamento e conectividade híbrida na sociedade global / Karina Muniz Viana.

2016.

104 f.

Orientador: Profa. Dra. Teresa Cristina Moletta Scheiner. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro/Museu de Astronomia e Ciências Afins/Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, Rio de Janeiro, 2016.

Referências: f.99-102

1. Museu e Museologia. 2. Patrimônio. 3. Virtual. 4. Digital. 5. *Gatekeeper*. 6. Tecnologia da Informação. 7. Globalização. I. Scheiner, Teresa Cristina Moletta. II. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio. III. Museu de Astronomia e Ciências Afins (Brasil). IV. Título.

CDU – 069

*A Ana Maria, Milton e Fabrício,
gratidão, respeito e amor.*

*Aos amigos que cativei e cultivei
aos parceiros de trabalho e de estudos
e aos mestres do universo dos museus.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha orientadora Teresa Scheiner por sua paciência, humildade, determinação e principalmente pelos 'puxões de orelha' que me impulsionaram a escrever na 'marra' e mergulhar sem medo em meu tema. Especial agradecimento a Rosane Carvalho e Priscila Kuperman, pelos direcionamentos valiosos à minha pesquisa-dissertação. A meus pais, Milton de Oliveira Viana e Ana Maria Muniz Viana, mineiros de Poços de Caldas, onde se conheceram, namoraram, casaram e se mudaram para Pouso Alegre, onde nasci. Com meu pai apreendi a ideia intangível de que não existe impossível e com minha mãe aprendi que tudo tem seu lugar, organizados a partir de suas funções, formas e cores e que tudo que se fizer nesta vida, desde "cuá" um café até costurar uma barra de calça, tem que ser feito com concentração, dedicação e sem pressa. Agradeço a meu filho Fabrício, que me ensinou que estamos aqui para amar, observar e colaborar; isto me impulsiona a sempre mais e é por ele este "mais". Ao meu cão Duc, presente em todo momento durante o processo de escrita. Ao meu avô André (*in memoriam*) que deixou o legado de que a vida é um ofício laboral. A minha avó Neusa, que me disse que estamos aqui para aprender. Ao meu avô Santo (*in memoriam*) que me apresentou o jogo lúdico das palavras cantadas. A minha avó Nem, que me demonstrou que a boa *pamonha* é feita para unir a família. Ao meu irmão André Luiz, que provou que a criatividade é um processo de felicidade. A minha *cunhadinha* Fernanda, que me inspirou em sua elegância profissional. A minha companheira Tarcila, que me ensinou a dissolver a ansiedade e potencializar a alegria. Aos amigos Mia, Janaína, Carla, Anita e Giba, que em seus universos únicos, me permitiram praticar a compreensão e a humildade nas relações, como um laboratório cognitivo. A grande Ellen, que cuidou com tanto carinho do meu *Lattes*. A parceira Cynthia (*in memoriam*) a verdadeira "gata garota", que me provou que ideias devem ser lançadas para o universo. A minha *maestra* Aida, que através do ensino de uma segunda língua me fez refletir sobre as projeções que realizamos em nossas ações diárias. Ao amigo Eurípedes, que me encorajou a mergulhar no universo acadêmico, transformando meu conhecimento empírico em

potência. Aos mestres de campo, Andrina, Rodrigo, Suely, Christine, *Lidinha* e Marcos Rogério, que acreditaram em meus discursos visionários e me prepararam para trilhar o caminho que hoje estou percorrendo. Ao Rodrigo Borges, Fred e Frida, pelo aconchego de São Cristóvão. Aos queridos professores do PPG-PMUS e MAST, que doaram seu tempo e seu conhecimento a cada aula proferida, um gesto de humildade e paixão pelo campo da Museologia e do Patrimônio. A *Vanilla Sky*, que surgiu nos últimos minutos e mudou uma rota. Agradecer é um ato de recordar, um processo legítimo da memória, por aqueles e aquilo que nos conecta à nossa identidade enquanto ser social.

VIANA, Karina Muniz. **O fenômeno *Gatekeeper*** – Museologia, compartilhamento e conectividade híbrida na sociedade global. Orientador: Prof. Dr. Teresa Cristina Moletta Scheiner. UNIRIO / MAST. 2016. Dissertação. 104 p.

RESUMO

A dissertação investiga o processo de empoderamento do indivíduo globalizado, que transita autonomamente pelas tecnologias digitais/virtuais por intermédio de aparelhos móveis pessoais e aplicativos individuais de ressonância coletiva. Investiga o ambiente tecnológico globalizado tecido pelos novos protocolos informacionais e os mais variados ciclos produtivos de imagens e produtos digitais – processos esses que induzem o indivíduo globalizado à obtenção de um retorno imagético em tempo real, desencadeando um processo de consumo individual que sustente suas necessidades de impacto coletivo. Esse mesmo indivíduo se projeta no mundo virtual, estabelecendo um protocolo relacional com as redes híbridas; ele está aqui e em qualquer lugar, basta conectar-se. *Conectar-se* passa a ser assim uma ação individual, mas intrinsecamente estabelecida no substrato do corpo coletivo. O corpo imprime a partir de si próprio – origem absoluta – novas velocidades, penetrando em outros espaços, camadas e dimensões. A dissertação analisa as diferentes formas de apropriação que o indivíduo desenvolve neste contexto, frente às práticas da Museologia tradicional, bem como as variadas formas com que opera esses dispositivos para resignificar o Museu. E o Museu que conhecemos em sua matriz tradicional: o que coleta; cataloga; pesquisa; conserva e comunica – é o mesmo Museu que atravessa as mais variadas experiências digitais/virtuais apresentadas na pesquisa-dissertação. Comprova-se assim que mesmo instituído sob o modelo Tradicional, o Museu se revela enquanto fenômeno e potência: ele é o grande laboratório para as tecnologias da globalização, pois estas buscam o que o Museu já consolidou há séculos: o elo entre o humano e o mundo – seja ele digital, virtual ou real.

Palavras-chave: Museu. Museologia. Virtual. Digital. *Gatekeeper*.

VIANA, Karina Muniz. **The Gatekeeper phenomenon** – Museology, sharing and hybrid connectivity in the global society. Adviser: Prof. Dr. Teresa Cristina Moletta Scheiner. UNIRIO / MAST. 2016. Master Dissertation. 104 p.

ABSTRACT

The purpose of this master dissertation is to investigate the empowerment process of the globalized individual who moves autonomously through digital/virtual technologies using personal mobile devices and individual applications of collective resonance. It also explores the global technological environment composed by new informational protocols and several production cycles of images and digital products. These processes induce the globalized individual to get a real time imagistic return, triggering an individual consumption process that supports their collective impact needs. This individual also projects themselves in the virtual world, establishing a relational protocol with hybrid networks; the person can be here and anywhere, it is just a matter of getting connected. Thus, getting connected becomes an individual action but intrinsically established in the collective body substrate. The body produces by itself – absolute origin – new speeds, moving into other spaces, layers and dimensions. This thesis analyzes the different forms of appropriation the individual develops under this context, in contrast to the practices of traditional museology, as well as the various ways in which this individual operates these devices to re-define the Museum. It also analyses the Museum in its traditional bases: the one that collects; catalogs; searches; preserves and communicates – it is the same Museum that moves through the innumerable digital/virtual experiences presented on this research thesis. It demonstrates that even set up under the traditional model, the Museum reveals itself as a phenomenon and full of power: it is the great laboratory for globalizing technologies, as they seek what the Museum has consolidated for centuries: the link between mankind and the world – whether it is digital, virtual or real.

Keywords: Museum. Museology. Virtual. Digital. Gatekeeper.

SIGLAS E ABREVIATURAS UTILIZADAS

CeBIT – Global Event for Digital Business (Evento Global para o Negócio Digital)

CES – Consumer Electronics Show (Salão Mundial de Eletrônicos)

GPS – Global Positioning System (Sistema de Posicionamento Global)

ICOFOM – *International Comitee of Museology* (Comitê Internacional para a Museologia)

ICOM – *International Council of Museum* (Conselho Internacional de Museus)

NTICs – Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

PPG-PMUS – Programa de Pós-graduação em Patrimônio e Museologia

UNESCO – *United Nations Organization for Education, Science and Culture* (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura)

SUMÁRIO

	Pág.
INTRODUÇÃO	1
Capítulo 1	
O INDIVÍDUO GLOBALIZADO – reprodutividade virtual	13
Interatividade social interligada ao processo cognitivo	25
Capítulo 2	
O FENÔMENO <i>GATEKEEPER</i> – Museologia para um mergulho interdisciplinar	
2.1. A teoria do <i>Gatekeeper</i>	29
2.2. A memória como instrumento da lembrança	34
2.3. Museu e Museologia – signos híbridos	36
2.4. Um mergulho no vácuo de Castells e Lewin	37
Capítulo 3	
O MUSEU MULTIFACETADO – conexão híbrida	39
3.1. Museus como <i>gateways</i>	41
3.2. Vejo você, você me vê	47
3.3. Você me vê o que eu não vejo em você e em mim	51
3.4. Reverberação virtual – manifestações do fenômeno <i>Gatekeeper</i>	58
O futuro é móvel – meu corpo, muitos acessos	72
Museu – Museologia – <i>Museum</i> – <i>Museology</i> – <i>Imaginary Museum</i>	77
Espaço de compartilhamento – conectividade híbrida	90
CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
REFERÊNCIAS	99
GLOSSÁRIO	103

“Pelas cinco horas e meia, as primeiras tintas do horizonte acusaram a linha superior da costa. Bastante rasa a leste, alteava-se um pouco para o sul. Estava ainda distante umas cinco milhas, e a praia confundia-se com as águas brumosas. Entre ela e nós o mar estava deserto. Nenhum barco, nenhum mergulhador. Reinava profunda solidão naquele ponto de reunião dos pescadores de pérolas.”

(Júlio Verne – 20.000 Léguas Submarinas)

INTRODUÇÃO

O FENÔMENO *GATEKEEPER* – Museologia, compartilhamento e conectividade híbrida na sociedade global

1. INTRODUÇÃO

O *modelo global*, em curso de formação e transformação desde o final da Segunda Guerra Mundial e francamente dinamizado depois do término da Guerra Fria em 1989, contempla economia e política, blocos econômicos e geopolíticos, soberanias e hegemonias. Reconhece que o sistema-mundo tende a predominar, estabelecendo poderosas injunções a uns e outros – nações e nacionalidades, corporações e organizações, atores de diversos extratos sociais. Nesse contexto, os meios de comunicação revelam-se particularmente em toda sua potência e eficácia para desenhar e tecer o imaginário do mundo. As mídias impressa e eletrônica, cada vez mais acopladas em redes multimídia globais, constituem a realidade e a ilusão do que McLuhan denominou – *aldeia global* –. Para tanto, o indivíduo “globalizado” é submetido a modelos logicamente estruturados em uma ordem maior. Para Ianni,

A teoria sistêmica privilegia a funcionalidade sincrônica, a articulação eficaz e produtiva das partes sincronizadas e hierárquicas de um todo sistêmico cibernético. É o ambiente da escolha racional, das opções mediatizadas por linguagens estabelecidas com base em sistemas de signos cada vez mais baseados nas técnicas da eletrônica. Permite desenvolver todos sincronizados em todos mais amplos e abrangentes, desde o *homo economicus*, *politicus*, *sociologicus*, *ciberneticus* até a economia mundial, sempre no âmbito da racionalidade pragmática de atores. Sim, os sistemas se compõem de atores simples e complexos, desde indivíduos e grupos a instituições e organizações, compartilhando conjuntos de valores, comunicando-se com base em determinadas linguagens, atuando hedonisticamente e comodando-se bem ou mal às regras institucionalizadas no mercado. Privilegia a estabilidade, normalidade, harmonia, equilíbrio, funcionalidade, eficácia, produtividade, ordem, evolução. Transfere para a realidade social, micro e macro, nacional e mundial, o princípio epistemológico que funda a cibernética: entropia, homeostase, *input*, *output*, *feedback* (IANNI, 2001, p. 251).

Devemos grande parte desse processo global à popularização da Internet: com ela, a língua – territorialidade comunicacional do corpo social – já é não mais um fator inibidor para a aproximação das pessoas. A aceleração e generalização das relações, processos e estruturas desta sociedade global produzem informações de tráfego livre, aglutinando dados das mais diversas fontes a partir de processos continuados de inclusão/exclusão. Um novo ciclo produtivo de imagens induz o indivíduo globalizado à obtenção de um retorno imagético em menor tempo e consistência, desencadeando um processo progressivo de consumo individual que sustente suas necessidades de

ressonância coletiva. Trata-se de um desenho sazonal, onde Giddens aponta para um indivíduo que incorpora em sua vida todas as camadas sociais, virtuais e individuais, conduzindo seus atos rumo a uma nova disposição dos elementos sociais. Provocando “a compulsão para encontrar e inventar novas certezas para si e para os outros que não a possuam [...] individualização e globalização são, na verdade, dois lados do mesmo processo de modernização reflexiva” (GUIDDENS, 1997, p. 25).

O universo *virtual*¹ se institui como um dos responsáveis por uma nova relação entre tempo, espaço, informação e indivíduo – este último represado em suas esferas pessoal e social – devorando-o deliberadamente, criando outras realidades – dobras da virtualidade² –. Para Lévy,

O virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. Esse complexo problemático pertence à entidade considerada e constitui inclusive uma de suas dimensões maiores. O problema da semente, por exemplo, é fazer brotar uma árvore (LÉVY, 2003, p. 5).

Neste ambiente globalizado, de relações e indivíduos plurais que transitam em meio físico e virtual, destaca-se um conjunto de elementos conectores que torna possível a coexistência no cenário pluricultural. O **indivíduo globalizado se projeta no mundo virtual**, estabelecendo um **protocolo relacional** com as redes híbridas; **ele está aqui e em qualquer lugar, basta conectar-se.**

Conectar-se se institui como um ato individual, mas intrinsecamente estabelecida no substrato do corpo coletivo: “um processo de transformação de um modo de ser num outro” (LÉVY, 2003, p. 13). O corpo imprime de si próprio, matriz absoluta, novas velocidades, penetrando em outros espaços – camadas – dimensões. Verte-se para o exterior e reverte a exterioridade técnica ou a alteridade biológica em subjetividade virtual. Ao *conectar-se*, o corpo se expande como – *braços virtuais*³ –

¹ Ver LÉVY, P. O que é o virtual.

² Ver SCHEINER, T. C. M. – Museu, museologia e a ‘relação específica’: considerações sobre os fundamentos teóricos do campo museal. 2014, p. 372.

³ Narrado por Pierre Lévy, como um prolongamento do ser humano, como um elemento dotado de combinações cognitivas. Em tempos atuais, a Tecnologia da Informação, em especial o campo da Robótica, é entendido também como – braço biônico – elemento mecânico programado a partir da matriz IA – Inteligência Artificial –. Esta, dotada de combinações binárias programadas a partir de elementos matemáticos da cognição humana. Em especial, combinações do pensamento lateral e pensamento divergente. Onde o primeiro se apropria do poder de observação, análise crítica e combinatória e o segundo, absorve ideias de vários campos do saber e disciplinares. Tendo como resultado a produção divergente, responsável pela elaboração do processo criativo e de múltiplas resposta a um problema.

capazes de entrelaçar diferentes corpos, **sublimando seu território de reverberação virtual**.

Para Magaldi e Scheiner (2010, p. 5) “a dimensão virtual se realizaria pela inclusão do ser humano neste processo”. Aqui, o ser humano, entendido como indivíduo globalizado, assume o protagonismo relacional. É dizer que o mesmo se tornou responsável pelo estabelecimento de suas conexões virtuais, ora “*online*” ora “*off-line*”. Apropria-se de uma leitura binária cartesiana, onde *online* representa o *logos* e *off-line* condensa a *physis*. Quando *online*, o indivíduo consolida sua existência, se apropria de imagens e mensagens para projetar-se virtualmente, sua identidade social/virtual. E quando *off-line* torna-se inacessível, encapsulado no tempo e espaço virtuais, um processo de imersão rumo ao inconsciente. Retornar, ou seja, *conectar-se* novamente representa **escolher a partir de que ponto deseja estabelecer nova conexão**. Reconhecer que enquanto *off-line*, o tempo e espaço virtuais se deslocaram. Sobre esses deslocamentos de realidade, Scheiner comenta:

“o que verdadeiramente ocorre, na prática, são interfaces e cruzamentos simultâneos, em distintas direções e em distintas frequências e intensidades, tendo como centro não um ponto fixo, mas um espaço relacional em continuado e permanente deslocamento” (SCHEINER, 2015, p. 5).

Escolher de que ponto *conectar-se* é assumir a relação intercessora entre *off-line* e *online*. Nota-se o deslocamento do plano cartesiano em movimento centrífugo, criando uma dinâmica permanente: a do não-lugar⁴.

Buscando melhor conhecimento deste processo, cabe abordar o fenômeno *Gatekeeper* – conceito estruturado por Kurt Lewin, psicólogo alemão, em estudos realizados em 1947, acerca das dinâmicas de conectividade entre grupos sociais. Lewin desenvolveu um esquema matemático, estruturado em combinações aplicadas pelo indivíduo durante seu processo de decisão, o qual submete uma série de variáveis a filtros de seleção, sendo excluídas situações não identificadas ou que de alguma maneira tenham apresentado anomalias.

Por outro lado, a Museologia contemporânea, em esforço sistêmico e progressivo, propõe um diálogo direto com o indivíduo de forma a seduzi-lo por intermédio de um conjunto específico de conexões e articulações que incluem

IA – Inteligência Artificial; esta, dotada de combinações binárias programadas a partir de elementos matemáticos da cognição humana - em especial, combinações do pensamento lateral e pensamento divergente. O primeiro se apropria do poder de observação, análise crítica e combinatória e o segundo absorve ideias de vários campos do saber e disciplinares, tendo como resultado a produção divergente, responsável pela elaboração do processo criativo e de múltiplas respostas a um problema.

⁴ Ver SCHEINER, 2004.

informações, documentos, objetos musealizados, situações vivenciadas e outras experiências. Este mesmo indivíduo encontra-se hoje em processo de ressignificação constante e transitório no espaço real e virtual, buscando, por intermédio das semelhanças com sua realidade diária, uma identificação transparente consigo mesmo e com o mundo, de forma a satisfazer instantaneamente suas necessidades comunicacionais. Suas ações de demanda pessoal e social tornaram-se, em grande parte, compulsivamente viciantes e provocadoras de sensações de curta duração e reação.

Essa contradição consiste na alternativa atual entre, por um lado, a criatividade tecnológica e a comunicação cultural global, e por outro, a forte tendência no sentido da individualização das mensagens, a fragmentação das sociedades e a ausência de códigos de comunicação partilhados entre identidades específicas. Colocado de outra maneira, de um lado, vemos uma sociedade em rede, uma sociedade de hipercomunicação emergindo e, de outro, vemos uma ruptura de comunicação entre identidades específicas (CASTELLS, 2001, p. 4)

No campo da Comunicação, interpretar as relações entre individualização e rede vem-se demonstrando um processo desafiador, dentro da ótica das novas tecnologias da informação. Palavras como *contradição*, *fragmentação* e *ruptura* foram apresentadas por Castells como elementos articuladores de um novo sistema de comunicação que, no início do século 21, passou a se organizar em nossas sociedades através dos sistemas eletrônicos de comunicação. Isto apresenta reflexos diretos no campo da Museologia e nos modos e formas pelos quais os museus desenvolvem e comunicam suas mensagens. Carvalho, em sua Tese de Doutorado em Ciência da Informação, afirma que:

Na área da Museologia, na medida em que uma das funções do museu é a educação e a comunicação de mensagens relacionadas às coleções, para o público, torna-se necessário conhecer o quanto os diferentes segmentos de visitantes percebem as mensagens museológicas emitidas (CARVALHO, 2005, p. 291).

A Museologia, enquanto instância operatória das relações entre museu, objeto, experiência, indivíduo, informação e comunicação na contemporaneidade, oferece mecanismos teóricos e práticas que possibilitam a apreensão de tal fenômeno. Neste processo, a condição de filtro poderá ser assumida pelo próprio indivíduo – que, imerso nesse meio, busca maneiras de suprir suas necessidades e anseios, tendo como processos os mecanismos de inclusão/exclusão, a mecânica dos filtros e o modo como se estruturam suas relações pessoais e sociais. Para Lasswell, em sua Teoria Hipodérmica (1948), a informação caminha em um âmbito de diferentes

categorias sociais e diferenças individuais; a partir da análise de conteúdo e efeito, pode-se assim obter uma relação de troca e equilíbrio. Do mesmo modo, Castells percebe os museus como agentes da conectividade:

[...] museus poderiam tornar-se **protocolos de comunicação entre diferentes identidades**, comunicando a arte, a ciência e a experiência humana; e eles podem estabelecer-se como conectores de diferentes temporalidades, traduzindo-as a uma sincronia comum, mantendo, ao mesmo tempo, uma perspectiva histórica. Finalmente, eles podem conectar as dimensões globais e locais de identidade, espaço e sociedade local (CASTELLS, 2001, p. 12). *[grifo nosso]*

Sabemos, pela produção do campo da Museologia, que museus sempre foram conectores sociais; mas é na era da informação que esta relação se desenvolveu mais plenamente. O discurso da Museologia sobre sua inserção na rede, a auto percepção do campo como fluxo e a sua relação com a interconectividade são uma instancia de discurso que se inicia em meados dos anos 1980 – oficializado, no ICOM, na Conferência Geral de Museus de 1989, realizada em Haia, na Holanda, com o tema “Museus para o mundo do amanhã”. Nesta conferência a comunidade internacional dos profissionais de museus assume e formaliza o interesse e a preocupação em trabalhar os museus e a Museologia dentro dos paradigmas emergentes, propondo a grande questão: “como ficarão os museus no século XXI?”.

Nos últimos 20 anos, a Museologia vem construindo uma nova forma de diálogo entre museus e indivíduos, em um processo sistemático e progressivo. O fenômeno *Gatekeeper* traz a este indivíduo um olhar de filtro, pelo qual a Museologia deverá estruturar práticas e resultados de modo a conduzi-lo a uma prática híbrida de comunicação. O desconhecido surge pluralizado, multifacetado, gerando perplexidade⁵ e ansiedade pela contemplação e vivência do novo, influenciando as escolhas e intensificando as necessidades deste indivíduo de atuar dentro desta nova cultura 'informacional'. Tratar a Museologia como agente de conectividade destes mundos impulsiona-a a um processo de reinventar-se, comunicar-se com todas as camadas de seus multifacetados agentes e pontos de vista.

Este é o contexto que investigamos em nossa pesquisa-dissertação. A presente dissertação se vincula à **Linha de Pesquisa 01 do PPG-PMUS – Museu e Museologia**, cuja ementa é como segue:

⁵ Ver DREIFUSS, René. A Época das Perplexidades. Petrópolis, Vozes, 1996. 2a. Ed.

Abordagem do Museu como fenômeno e da Museologia como campo disciplinar, em suas relações com os diferentes campos do saber: Teoria da Museologia; Museu: gênese, desenvolvimento e representações no tempo e no espaço; Museu e indivíduo; Museu e Cultura; Museu e Sociedade; Modelos conceituais de Museu e suas relações com o corpo social; Museologia e Sistemas Simbólicos; Critérios semiológicos; Terminologia da Museologia; Museologia como geração do novo: interpretação de realidades; Discurso museológico - constituição e análise; Teoria da Exposição; Teoria do Objeto; Museologia e novas tecnologias da informação e da comunicação.

Nesta linha está inserido o projeto de pesquisa “Patrimônio, Museologia e Sociedades em Transformação – a experiência latino-americana”, ao qual se vincula nosso projeto. O projeto maior efetua a análise de tendências contemporâneas de pensamento e modelos de práticas sociais, culturais e ambientais que influenciam o desenvolvimento da Teoria do Patrimônio e da Teoria Museológica, tendo como caso de estudo a América Latina. Tem por objetivo geral investigar as relações entre as tendências contemporâneas do pensamento e recentes articulações do meio sociocultural na América Latina, especialmente no que tange aos modelos conceituais de cultura, meio ambiente e desenvolvimento, buscando compreender a sua influência sobre o Patrimônio e a Museologia. Constrói também uma ponte em direção ao projeto “Termos e Conceitos da Museologia”, na medida em que aborda e mapeia novos termos gerados a partir das conexões híbridas, identificando sinais da formação de um vocabulário específico do universo virtual.

Neste contexto a pesquisa buscou analisar, a partir da ótica da Museologia, o ponto de encontro entre os campos da Museologia, da Comunicação e da Informação, usando como fio condutor a experiência da conectividade.

A dissertação tem como **objetivo geral** conceituar o fenômeno *Gatekeeper* a partir da ótica da Museologia, identificando suas relações com o campo e, a partir destas, enfatizando o encontro entre Museologia, Comunicação e Informação.

Os **objetivos específicos** são:

- a. Analisar as relações entre o indivíduo globalizado e as redes virtuais/digitais, buscando identificar as influências dessas relações na percepção individual e coletiva acerca do Museu fenômeno;

- b. Identificar os elementos do fenômeno *Gatekeeper* que se apresentam a partir da relação interdisciplinar dos campos da Museologia, da Comunicação e da Informação.

Justificamos a pesquisa realizada como estratégia para tratar o fenômeno *Gatekeeper* como objeto de investigação e apropriação das ferramentas de tecnologia como filtro para o acesso entre os indivíduos. Acreditamos que esta estratégia poderia resultar em sugestões de modelização de práticas e atuações daquilo que ousamos denominar “Museologia de conectividade híbrida”: uma Museologia capaz de intensificar a percepção do Museu como fenômeno inserido na sociedade global. A proposta baseou-se em parte nas ideias de Castells sobre os museus na era da informação: para o autor, estes assumem um papel de conectores do processo que ele chama de *virtualidade real*, agindo e conduzindo as informações no campo virtual.

Verificamos em nossa pesquisa que, para o indivíduo globalizado, a relação e interação com as novas tecnologias da informação e principalmente com a Internet constituem um conjunto de comportamentos adquiridos, que muito naturalmente influenciam os modos e formas pelos quais este indivíduo percebe e vivencia, hoje, as práticas dos museus. Pensar estes possíveis elementos em conectividade conduz a Museologia a um desafio de reestruturação de suas bases teóricas e a uma conscientização dos novos universos perceptuais dos atores envolvidos – papel fundamental de um processo citado por Scheiner, onde:

Para adaptar-se aos desafios contemporâneos, os profissionais de museus devem: a) reconhecer os novos paradigmas de pensamento que influenciam os museus e a Museologia [...] b) desenvolver a capacidade de atuar em sintonia com os novos paradigmas – elaborando narrativas e práticas que efetivamente representem os valores das sociedades contemporâneas; e c) implementar novas formas de relação entre os museus e o corpo social, valorizando a presença do especialista e ao mesmo tempo abrindo espaço à participação comunitária. Devem, ainda, reconhecer o Museu como fenômeno e a Museologia como disciplina dedicada ao estudo do Museu, desenvolvendo competência técnica adequada à prática museológica e cuidando de sempre renovar seu compromisso ético frente à sociedade (SCHEINER, 1999, p. 31).

Torna-se assim, necessário identificar os vários paradigmas existentes nesse ambiente de conexão e compreender os diferentes métodos de acesso à realidade do Museu, viabilizando o trânsito da informação e da comunicação, assumindo o caráter interdisciplinar das conexões articuladas pela Museologia.

É, exatamente, para o reconhecimento da configuração que (entre)cruza determinadas fronteiras entre tantos diferentes conhecimentos, que a *interdisciplinaridade* volta o seu olhar e o seu

exercício, no *ato de religar*, visto que vasta área do conhecimento já se havia permitido operar movimentos passíveis de um processo da ordem de 'delimites'⁵⁸ entre saberes seccionados (LIMA, 2003, p. 292).

Logo, torna-se visível que, para uma Museologia de conectividade híbrida, é necessário identificar estas *fronteiras* e conectar, *religar* campos, saberes e áreas de atuação, buscando definir, nesta grande malha relacional, pontos de destaque que são (ou poderão ser) atuados pelas narrativas e práticas museológicas.

Neste sentido, esperamos que a pesquisa tenha contribuído para o desenvolvimento do campo teórico da Museologia, agregando à investigação do Museu a sua realidade como elemento do fenômeno *Gatekeeper* – capaz de romper filtros, anseios e necessidades do indivíduo, a partir de suas bases estruturais e de informação.

A pesquisa revelou-se viável considerando que a autora é familiar às questões propostas no referido projeto, devido a sua experiência profissional no campo dos museus. Atua desde 2011 na Secretaria de Estado da Cultura do Paraná – SEEC, na Coordenação do Sistema Estadual de Museus – COSEM, onde elaborou e implantou o Plano Gestor Museológico, que tinha por objetivo organizar e potencializar os museus do Paraná, garantindo o fortalecimento do Sistema Estadual de Museus. Estruturado em sete eixos programáticos⁶, o Plano buscava estabelecer um padrão de gestão para essas instituições, promover a articulação entre os museus vinculados, desenvolver a assistência técnica, programas de capacitação técnica e a

⁶ **Reestruturação Organizacional** – Elaboração de um modelo de gestão a partir das tipologias de acervo: História, Antropologia, Etnografia, Arqueologia, Ciências Naturais e História Natural, Ciência e Tecnologia, Imagem, Som e Mídias e Artes Visuais, incluindo a elaboração do Estatuto de Museus e Planos Museológicos. **Tecnologia da Informação** – Desenvolvimento de uma base de dados para gestão de acervo museológico e de referência, de forma a tratar a gestão destes acervos de maneira integrada e padronizada. Resultando em uma plataforma que integre todas as tipologias, com campos padronizados, otimização do acesso pelo usuário e maior democratização na difusão do conhecimento. **Acervo** – Implantação de Normas de Inventário, processos de Digitalização e Informatização e Políticas de Incorporação de novas coleções, Pesquisa, Investigação, Exposições temporárias e de Acervo, atuando dentro dos padrões museológicos e museográficos. **Infraestrutura** – Elaboração de projetos de modernização de museus, desde seu edifício de ocupação até áreas técnicas, contempla parâmetros de climatização, acessibilidade, informatização e mobiliário, aplicando conceitos e práticas museográficas para a comunicação e difusão dos acervos. **Parcerias Institucionais** – Desenvolvimento de Políticas de Estratégia, Fomento e Técnico-científicas, tendo as instituições públicas e privadas como grandes parceiras e articuladoras dos diversos eixos de gestão. **Comunicação e Difusão** – Elaboração de projetos de Ação Educativa e Patrimonial, bem como a publicação de Cadernos Técnicos e incorporação às redes digitais e de integração da informação através do Portal da Cultura. **Polos Museológicos** – Implantação dos programas de Apoio Técnico, Capacitação Técnica e Exposições Itinerantes, dialogando com as instituições museológicas e de referência dos municípios do Estado do Paraná, potencializando os processos museológicos e museográficos.

criação de um banco de dados único que integrasse esses museus. Durante todo o processo de implantação deste programa de governo a autora teve a oportunidade de ampliar sua rede de contatos com profissionais de diversas áreas do conhecimento, desenvolvendo um diálogo inter e multidisciplinar mais intensificado com o campo da Museologia.

No que se refere à construção teórica, grande parte do material bibliográfico consultado para a elaboração da Dissertação está disponível nas bibliotecas da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO; na Coordenação do Programa de Pós Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS; no Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST; na Biblioteca Pública do Paraná – BBP; e em suporte digital disponível na Internet – todos com acesso gratuito, sendo que grande parte deste material está em língua portuguesa, o que muito facilitou o desenvolvimento da pesquisa.

Contribuiu ainda para o desenvolvimento da pesquisa a experiência da Profa. Dra. Tereza Scheiner, orientadora desta dissertação, especialmente no que se refere à investigação e reconhecimento do Museu enquanto fenômeno e da Museologia enquanto ciência (ou campo do conhecimento). Muito úteis foram também os conhecimentos de outros professores do PPG-PMUS, pesquisadores das interfaces entre Museologia e demais campos disciplinares. Este conjunto de saberes propiciou à pesquisadora um conjunto de reflexões que ampliou o escopo da visão sobre o tema.

Outro ponto favorável e de grande importância para todo o processo de pesquisa foi a disponibilidade de tempo da autora, em decorrência da bolsa de estudos – DS CAPES – iniciada em Julho de 2014 com duração até fevereiro de 2016. Este benefício garantiu hospedagem, alimentação e traslado na cidade do Rio de Janeiro, bem como viagens eventuais à cidade de Curitiba, onde a família da autora reside.

Assim, pela bibliografia disponível, pela possibilidade de diálogo com profissionais de diferentes campos do conhecimento, pela dedicação de tempo à pesquisa propiciada pela bolsa de estudos a Dissertação tornou-se plenamente viável.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Investigar o indivíduo globalizado, buscando analisar seus mecanismos comunicacionais a partir do uso e apropriação das novas tecnologias da informação

implica estudar os conceitos de virtualidade, realidade, compartilhamento, percepção visual, interatividade e interconexão no âmbito relacional entre memória, ressignificação e afeto humano. No campo da Museologia, isto implica

assumir o Museu como fenômeno e identificar os diferentes modos de relação entre Museu e Indivíduo, Museu e Sociedade, a partir das suas diferentes representações - que podem ser percebidas através de modelos conceituais, estabelecidos como indicadores teóricos para a compreensão do fenômeno (SCHEINER, 2015)⁷.

Tendo em vista que o Museu Tradicional é o modelo dominante (quase hegemônico) de Museu desde pelo menos o final do século 18, o conceito de Museu Tradicional necessita ser abordado como ponto inicial de reflexão, para que se possa compreender como e onde podem ocorrer as interfaces entre a prática museológica e os mecanismos comunicacionais pertencentes ao processo de *gatekeeping*. Desvelar o fenômeno *Gatekeeper* permitirá analisar os elementos de potência resultantes da intersecção entre os campos da Museologia, da Comunicação e da Informação. Para tanto, será necessário trabalhar o Museu enquanto fenômeno, em sua gênese “não como produto, mas como ideia – ou como processo” (SCHEINER, 2008, p. 39), um espaço relacional que permite a compreensão das dinâmicas interpessoais conjugadas às novas tecnologias.

Scheiner comenta:

Lembremos que os museus encontram-se hoje em evidencia, não apenas pela sua relevância como agências para a geração e a comunicação de cultura, mas também (e principalmente) devido a sua capacidade de atuar junto ao imaginário coletivo. Estar em evidencia é algo que os museus sempre quiseram alcançar - mas nem todos encontram-se totalmente preparados para fazer frente às necessidades e expectativas que advêm de tal visibilidade. E a principal responsabilidade encontra-se, naturalmente, nas mãos dos museólogos, especialmente os responsáveis pela administração de museus e do patrimônio. A questão é de tal relevância que o ICOM dedicou a ela sua Conferência Geral de Museus em 2001: Administrando a Mudança: museus frente aos desafios socioeconômicos (*Managing Change: museums facing socio-economic challenges*) (SCHEINER, 2012, p. 31).

Os fundamentos teóricos para o desenvolvimento desta pesquisa atravessaram os conceitos de museu, museologia, globalização, planetarização, conectividade e mídias digitais, a partir dos seguintes autores: no campo da Sociologia e da Comunicação, Ianni, Giddens, Levy e Castells; no campo da Museologia, Deloche e Scheiner. Foram também analisados documentos publicados pelo ICOM e outros

⁷ Notas de Aula. Disciplina Teoria e Metodologia da Museologia. PPG-PMUS, UNIRIO/MAST, março/junho de 2015.

organismos mundiais, desde os anos 1980 e até o presente; e ainda Carta para a Preservação do Patrimônio Digital e a Convenção Internacional de Proteção ao Patrimônio Imaterial (UNESCO, 2003).

Para a realização da pesquisa o **eixo metodológico** caracterizou-se pela pesquisa bibliográfica e documental, a partir dos autores acima citados e considerando as fontes digitais disponíveis sobre o tema, especialmente as vinculadas aos museus e à Museologia. As fontes analisadas transitam do escopo teórico às discussões atuais acerca da sociedade global e sua relação com as novas tecnologias da informação. A pesquisa se deu, portanto, no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, com ênfase no campo da Museologia e nas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTICs. O material obtido foi analisado em seu conteúdo e significados e com ele desenvolveu-se o texto da dissertação.

A pesquisa incluiu ainda a análise sistemática dos aplicativos - APPs⁸ virtuais *Tumblr* e *Instagram*, que tratam o tema da tecnologia digital em dois segmentos: a indústria tecnológica na interface com o usuário; e os avanços dos APPs e novas linguagens visando à aplicabilidade nos museus. Estes conteúdos foram analisados individualmente extraindo seus elementos principais para que, na sequência, fosse realizado o cruzamento dos dados obtidos e sua interpretação.

A partir dos procedimentos metodológicos empregados, a Dissertação se apresenta com a seguinte estrutura:

Introdução

Reconhecimento e identificação do lugar de fala da autora, apresentando o museu como espaço relacional, sua inserção na sociedade global e seus desdobramentos com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTICs.

Capítulo 1

O INDIVÍDUO GLOBALIZADO – REPRODUTIVIDADE VIRTUAL

⁸ Especial análise dos aplicativos virtuais *Instagram* e *Tumblr* que serão abordados detalhadamente no Capítulo 3 desta Dissertação.

Análise do indivíduo globalizado e sua percepção de mundo. Mundo 'real' e mundo 'virtual'. Inclui os atravessamentos propiciados pelas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTICs.

Capítulo 2

O FENÔMENO GATEKEEPER – O MUSEU PARA UM MERGULHO INTERDISCIPLINAR

Exploração teórica do fenômeno *Gatekeeper* a partir de seu campo de origem – Comunicação – nas suas diferentes intersecções com o campo da Museologia, através da Informação.

Capítulo 3

O MUSEU MULTIFACETADO – CONEXÃO HÍBRIDA

Referências simbólicas ao efeito sonoro – reverberação – que se dá em sobreposição de ondas, interseccionadas umas às outras. A partir desse encontro indicamos os desdobramentos e interconexões entre os campos da Museologia, da Comunicação e da Informação, tendo como desconstrução simbólica o fenômeno *Gatekeeper*.

Considerações Finais

Aborda os principais aspectos elencados ao longo da investigação, buscando propor um modelo esquemático a partir do fenômeno *Gatekeeper* que permita indicar claramente as confluências entre os campos da Museologia, da Comunicação e da Informação.

Referências

Glossário

CAPÍTULO 1

O INDIVÍDUO GLOBALIZADO reprodutividade virtual



Fig. 1: Cena do filme – *Un chien andalou* – Luis Buñuel, 1929
Fonte: Print screen



Fig. 2: Cena do filme – *Un chien andalou* – Luis Buñuel, 1929
Fonte: Print screen

CAPÍTULO 1

O INDIVÍDUO GLOBALIZADO – reprodutividade virtual

Precisávamos abrir todas as portas da irracionalidade e manter apenas as imagens que nos surpreendiam, sem tentarmos explicar por quê.

Luis Buñuel

Nas figuras 1 e 2 é possível apreciar uma das cenas mais agonizantes do cinema surrealista⁹. Trata-se do momento em que uma navalha penetra o globo ocular de uma mulher, na produção de 1929 de Luis Buñuel e Salvador Dalí – *Un chien andalou*¹⁰ –. O filme oferece a ilusão de uma narrativa, iniciando com a mais simples e infantilizada de todas as invocações de uma estória: “Era uma vez”. Mas o que os autores buscavam era uma descronologia arbitrária e sem sentido.

São fluxos de imagens subversivas: um homem semi-travestido, com uma touca de banho e um saiote sobre um terno, anda de bicicleta pelas ruas de Paris; uma jovem enigmática cutuca uma mão decepada caída na rua; formigas saem de um buraco na palma da mão de uma pessoa viva. Para alcançar o objetivo de seu desejo, um homem precisa puxar arreios presos a dois padres e dois pianos de cauda, cada qual com um jumento morto em cima. Trata-se de imagens transgressoras do pensamento: Buñuel e Dalí exprimiam em suas produções o pensamento desorientado e livre de qualquer filtro cognitivo. Uma liberdade da construção imaginativa do indivíduo, onde não há ‘fato’ nem ‘ordem’, nem ‘sentido’ ou ‘lógica’. O pensamento é livre e atinge o desejo do corpo: o corpo, sim, é ferramenta do pensamento. A sexualidade aflorando nessa busca relacional com o meio, o homem de Buñuel e Dalí acaricia a figura feminina coberta de tecidos, mas no seu desejo a desnuda, em uma

⁹ O surrealismo, como movimento artístico, surgiu na França no século XX, no período entre as duas guerras mundiais. Começou como um movimento literário que se baseava na associação livre de ideias, como forma de libertar o subconsciente do realismo, em uma forma de automatismo que trouxesse à tona um tipo de imaginação não limitada pelo racional e convencional, dando a conhecer os processos primários pelos quais o pensamento humano se elabora. Em certa medida, o movimento inseriu-se num conjunto de novas linguagens trazidas para a arte, chamadas de *avant-garde* [vanguardistas], que incluíam impressionismo, expressionismo, dadaísmo, cubismo e outras artes abstratas, transversais à literatura, música e artes visuais. Embora os dadaístas e outras correntes *avant-garde* rejeitassem o cinema como um meio preso ao impressionismo e ao realismo, alguns autores começaram a experimentar com as novas linguagens logo nos anos 20. Entre os primeiros realizadores influenciados por estes movimentos a usar a abstração no cinema contam-se Hans Richter (1888-1976), Viking Eggelin (1880-1925), Marcel Duchamp (1887-1968) e Dudley Murphy (1897-1968), que, influenciados pela nova pintura, produziram imagens em movimento – filme – usando inovadoras técnicas de fotografia.

¹⁰ “Um cão Andaluz” foi o primeiro filme de Luis Buñuel, então um entusiasta do movimento *avant-garde* parisiense. A ideia teria nascido de suas longas conversas com Salvador Dalí e da vontade de ambos de filmar uma história feita de imagens retiradas de sonhos. A linha condutora para o roteiro seria não incluir ideias ou imagens que pudessem ter explicação racional, aceitar apenas o que os impressionasse, sem saber por quê.

transposição do imaginário para o real. Imagens e inconsciente se manifestam no suporte cinematográfico, **é materialização do imaginário por intermédio da imagem em movimento**. Roland Barthes, em seu ensaio crítico “A câmara clara” (1984), ao narrar sua experiência ao ser fotografado, ou seja, ter sua imagem capturada pela objetiva aponta para a presença de quatro planos imaginários que se cruzam, aí se afrontam e se deformam. É o encontro de seus vários *eu’s* – e sobre eles o autor comenta que

“Diante da objetiva, sou ao mesmo tempo: **aquele que eu me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exhibir sua arte**. Em outras palavras, ato curioso: não paro de me imitar, e é por isso que, cada vez que me faço (que me deixo) fotografar, sou infalivelmente tocado por uma sensação de inautenticidade, às vezes de impostura (como certos pesadelos podem proporcionar). Imaginariamente, a Fotografia (aquela de que tenho a *intenção*) representa esse momento muito sutil em que, para dizer a verdade, não sou nem um sujeito nem um objeto, mas antes um sujeito que se sente tornar-se objeto: vivo então uma microexistência da morte: torno-me verdadeiramente espectro. (...) **mas quando me descubro no produto dessa operação, o que vejo é que me tornei Todo-Imagem, isto é, a Morte em pessoa; os outros – o Outro – desapropriam-me de *mim* mesmo, fazem de mim, com ferocidade, um objeto**, mantêm-me à mercê, à disposição, arrumando em um fichário, preparado para todas as trucagens sutis (BARTHES, 1984, p. 31). [*grifo nosso*]

Barthes apresenta o decalque de sua imagem como uma leitura de pesar, de um luto recente – “por uma vez a Fotografia me devolve a mim mesmo” (1984, p. 57). Essa experiência se deu certa vez em que foi fotografado e, tempos depois, deparou-se com seu retrato estampado em um panfleto de grande tiragem. A partir da vivência da reprodutividade da sua imagem, o autor desabafa: “em virtude do artifício de uma tiragem, eu tive apenas uma horrível face desinteriorizada, sinistra e rebarbativa, como uma **imagem de minha linguagem** que os autores do livro queriam transmitir” (1984, p. 48) [*grifo nosso*]. Ao referir que sua imagem foi reapropriada pelos autores do panfleto e assumindo outro significado, outro contexto, Barthes aponta para a reverberação da informação visual: **sua imagem não mais lhe pertence, agora é do mundo e para o mundo, seu estado assume o papel de diferentes interpretações e apropriações**.

É o que ocorre com o retrato de William Casby (Fig. 3), fotografado por Richard Avedon (Estados Unidos, 1923-2004). A essência da escravidão é aqui colocada a nu: a máscara é o sentido, na medida em que o rosto do retratado é absolutamente puro. Por isso é que os grandes retratistas são grandes mitólogos: Félix Nadar (França,

1820-1910) retrata a burguesia francesa condensada na imagem de Elaine Greffulhe (Fig. 4); August Sander (Alemanha, 1876-1964) e o jovem soldado (Fig. 5) trazem a representação de uma Alemanha pré-nazista. **A máscara é, no entanto, a região difícil da Fotografia.**

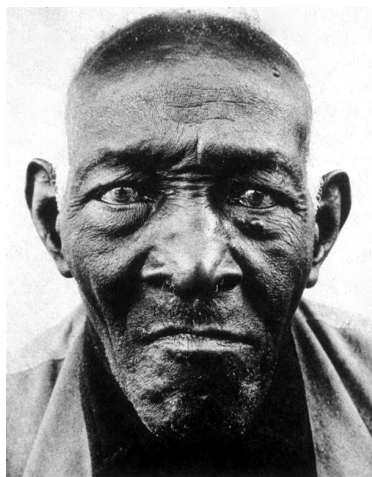


Fig. 3: Richard Avedon – Retrato de William Casby, 1963
Fonte: <http://www.avedonfoundation.org/>



Fig. 4: Felix Nadar – Retrato de Elaine Greffulhe, 1900
Fonte: <https://www.flickr.com/photos/51366740@N07/8589855284/>



Fig. 5: August Sander – Jovem soldado, 1945

Fonte: <http://www.josephbellows.com/artists/august-sander/#1>

O primeiro plano é absolutamente marcado e o soldado se coloca em um eixo vertical, este absolutamente nítido em relação ao segundo plano que tem um limite horizontal. Ao fundo delinea-se o restante da paisagem, uma casa tradicional alemã absolutamente desfocada e muito mais opaca em relação ao primeiro plano: a figura serena, segura e ativa do jovem soldado. Sua experiência anterior, sua relação com a cultura alemã – tudo fica em segundo plano e se esvai na onipotência desse soldado. Ele olha o fotógrafo no olho, ele encara, é resoluto, tem uma face calma e segura da escolha que fez (SCHEINER, 2016)¹¹.

A imagem, assim parece, desconfia do sentido puro: ela quer sentido, mas ao mesmo tempo quer que esse sentido seja cercado de um ruído que o faça menos agudo. Assim, a foto cujo sentido, não o efeito, causa muita impressão é logo desviada; é consumida esteticamente.

A desordem que desde o primeiro passo eu constataria na Fotografia, com todas as práticas e todos os sujeitos envolvidos, eu a reencontrava nas fotos do *Spectator* que eu era e que agora eu

¹¹ Seção de orientação. PPG-PMUS, 18/03/2016.

gostaria de interrogar. Vejo fotos por toda parte, como todo mundo hoje em dia; elas vêm do mundo para mim, sem que eu peça; não passam de “imagens”, seu modo de aparição é o tudo-o-que-vier ou o tudo-o-que-for (BARTHES, 1984, p. 31).

Corte para a arte contemporânea visual brasileira: a artista plástica Lenora de Barros rompe a moral individual penetrando em um universo desconexo, um surrealismo visceral. No vídeo-arte “Já vi tudo” (Fig. 6) a artista se liberta de uma trama quente e excitante, porém sufocante e inibidora dos sentidos. Assim como Buñuel, que expele insetos da pele humana num grito de libertação das pragas do mundo impregnadas na mente, Lenora expele a si mesma de um casulo frágil e artificial. É seu grito, seu gozo.



Fig. 6: Lenora de Barros. Já vi tudo, 2005, vídeo arte
Fonte: <http://www.pipa.org.br/pag/artistas/lenora-de-barros/>

Romper: um movimento de libertação, quebrar, transpor. Buñuel, à frente de seu tempo, transmitiu em imagens ‘visíveis’ o que o inconsciente humano desenha e movimenta aleatoriamente, em um jogo continuado de formas e sensações. Como navalha que rompe, penetra e liberta, sua produção trouxe aos nossos olhos um manifesto de clamor à libertação pragmática.



Fig. 7: Procuo-me, 2002

Fonte: <http://mam.org.br/acervo/2006-073-000-barros-lenora-de/>

Já na obra “Procuo-me” (Fig. 7) a artista retrata uma “Lenora” que são muitas, uma espécie de analogia à – *reprodutividade virtual* – (CASTELLS, 1999, p. 83) – sua maior produção no universo social, onde ela busca as muitas vozes que gritam para se encontrarem. Apresenta o concreto que representa ou o que representa o concreto, trazendo para o indivíduo a responsabilidade por mapear seus “eus”, que os levam a se projetarem para o meio em um processo de reverberação no meio social.

O homem de hoje percebe a realidade de um mundo pluralista, porém submetido aos imperativos do individualismo, um mundo onde o homem é sujeito de sua própria história e ao mesmo tempo **influenciado pelas diversas faces do inconsciente** (SCHEINER, 1998, p. 94). *[grifo nosso]*

Ao apropriar-se das ferramentas tecnológicas digitais, o indivíduo globalizado percebe a potência de reverberação da sua reprodutividade virtual – projeção contínua e não linear da sua imagem e semelhança – faces do inconsciente. Instaura-se a nova ágora da sociedade global: **eu sou todos, agora. E estou em qualquer lugar, basta compartilhar-me.**

No início do século 21, Lenora entendia que o conflito humano pautava-se na busca pelos eu’s, um encontro subliminar com a reprodutividade mental. Em quase duas décadas do mesmo século, estes eu’s assumem um papel dominante no meio social. O processo de reconhecimento destes “eus” passa a integrar uma malha comunicacional/digital estabelecida como **práticas de entretenimento virtual**. O

corpo humano torna-se a primeira camada destas práticas, uma espécie de brincadeira coletiva com a própria imagem. Expor suas anomalias ou exaltar o belo, narrar suas angústias ou suas conquistas, agredir moralmente ou defender uma causa local/global, tornam-se ações incorporadas à experiência cotidiana dos indivíduos. Definir um *status*¹² como um processo de pasteurização social, onde o substrato humano é exposto a uma alta temperatura comunicacional, resulta na **caricaturização virtual** desse indivíduo onde o mesmo transita entre as diversas possibilidades do *vir a ser*, um jogo lúdico com seu meio social/virtual.

Em 1962, ano de morte da atriz Marilyn Monroe, o artista Andy Warhol passou a reproduzir uma série de obras que contemplava uma mesma imagem da atriz. A mais emblemática foi capturada de uma das cenas do filme “Niagara”, no Brasil “Torrente de paixão”, de 1953 (Fig. 8). Trata-se de um dos primeiros filmes comerciais trabalhado com reprodução cromática natural¹³ em película.



Fig. 8: Cena do filme “Niagara”. Direção: Henry Hathaway. USA, 1953.

Fonte: <http://world-of-movies.blogspot.com.br/2006/11/review-torrentes-de-paixao.html>

Ao contrário do senso comum atual, naquele momento a presença das cores nos filmes era considerada algo não natural, como uma representação do mundo dos sonhos – enquanto o preto e branco seriam utilizados para retratar a “realidade”. A empresa norte-americana *Technicolor Motion Picture Corporation*, fundada por Herbert Thomas Kalmus¹⁴ na década de 1930 foi a responsável por esse experimento. A

¹² O termo “*status*” refere-se a frases pequenas, de efeito, que buscam sintetizar a “situação” emocional ou ideológica do indivíduo, frente ao universo virtual.

¹³ O termo é apresentado em textos de época como exemplificação de como a técnica, neste caso a cinematográfica, se mimetiza a realidade, superando a própria fotografia.

¹⁴ Chelsea, Massachusetts, USA (9 de novembro de 1881) – Los Angeles, California, USA (11 de julho de 1963). Graduado em Engenharia Mecânica pelo *Massachusetts Institute of Technology* – MIT (1904); Doutor em Eletroquímica e Metalurgia pela *University of Zurich*.

película elaborada pela *Technicolor* filmava em três cores em uma câmera de três elementos. A luz era projetada nas cores primárias, dando ênfase aos tons brilhantes, fazendo com que a impressão de cor fosse “real”. Por três décadas a *Technicolor* ditou as regras básicas do uso da cor que iriam determinar a estética *hollywoodiana*. Em linhas gerais, **as cores foram classificadas segundo seu poder de evocar sentimentos e estabelecer atmosferas**. Assim, as cores quentes – **vermelhos alaranjados e amarelos, despertavam sensações de excitação, atividade e calor**. Enquanto do outro lado do espectro, as cores frias – **verdes azuis e roxos, evocavam repouso, tranquilidade e frieza**. Em uma entrevista concebida em 1966, o cineasta russo Andrei Tarkovsky (1932 – 1986) declara que “no momento eu creio que o filme colorido não é nada mais do que um truque comercial”.

O “truque comercial” torna-se para Andy Warhol a base de todo seu estudo crítico e produção artística dentro do movimento do Pop Art¹⁵. Na obra “Marilyn Monroe” (Fig. 9), que é um conjunto de serigrafias¹⁶ a partir de uma mesma matriz, Warhol reproduz inúmeras “Marilyn’s” utilizando a paleta de cores da indústria do cinema *hollywoodiano*.



Fig. 9: Andy Warhol. Marilyn Monroe, 1967 – Serigrafia – Acervo MoMA
Fonte: <http://www.moma.org/collection/works/61240?locale=pt>

¹⁵ Movimento artístico que teve início em Londres na metade da década de 1950. Desde o início sua proposta imagética, era em grande parte, baseada na mídia norte-americana que vinha invadindo a Inglaterra desde a Segunda Guerra Mundial.

¹⁶ Técnica gráfica onde o grande destaque é sua qualidade na fidelidade das cores e durabilidade. Além disso, é um processo relativamente simples, no qual é usada uma tela que transfere a imagem colorida para o tecido ou qualquer outra superfície onde se deseja imprimir.

Uma crítica direta à indústria do entretenimento da época, imposta por um pequeno grupo dominante do cenário capitalista rumo a um consumo desenfreado. Esta é a máxima do movimento:

Se a figuração faz parte da própria natureza da arte, então o movimento modernista, de Manet e Pollock, baseou-se numa falácia, não importa quão impressionantes sejam os seus êxitos. Os artistas que assim sentiam se apoderaram desses produtos da arte comercial que satisfizessem o gosto popular, "inculto": fotografia, publicidade, ilustrações de revistas e históricas em quadrinhos. Perceberam que nestes havia um aspecto essencial de nosso ambiente visual contemporâneo que havia sido menosprezado pelos representantes da cultura acadêmica, e que exigiam uma análise (JANSON, JANSON, 1988, p. 395).

Warhol trabalhou de um lado com os elementos visuais inerentes ao consumo e de outro com a reprodutibilidade massiva, como uma grande linha de produção em série. É a pasteurização da arte para a massa popular, apontada pelos críticos Janson's como a essência do ambiente visual dos anos 50. O *vir a ser* torna-se parte de uma cultura comercial tendo como matéria prima a repetição visual e o consumo.

O jogo de caricaturização estende-se hoje às novas tecnologias – como no caso do *App*¹⁷ para celulares "*Funny selfie for MSQRD ME*"¹⁸, uma estrutura gráfica simples de operações intuitivas, na qual os comandos são realizados pelo movimento *touch screen*¹⁹. Num primeiro passo, o usuário faz um *selfie*²⁰ e num segundo, a partir

¹⁷ *App* é um apelido dado para o termo "aplicativo", que vem do inglês *application*. É comum também ouvir expressões como: aplicativo para celular, aplicativo móvel, aplicativo mobile. De modo geral, prevalece o termo "*App*". Trata-se de um conjunto de programas, em grande maioria gratuita. Tem por objetivo ajudar o seu usuário a desempenhar uma tarefa específica. Sua natureza é diferente de outros tipos de *software*, como sistemas operacionais e ferramentas a eles ligadas, jogos e outros *softwares* lúdicos. Com a popularização dos **Gadgets** os aplicativos ganharam destaque na economia digital, em especial na área do entretenimento individual, coletivo, relações sociais e ambientes corporativos. Pela ótica da referida pesquisa, podem ser vistos como uma modalidade de *Gatekeeper*, pois são responsáveis pela disponibilidade de um determinado conteúdo, um recorte, um filtro.

¹⁸ MSQRD: terminologia digital para "*masquerade me*" em português transmite a ideia de máscara, no sentido lúdico.

¹⁹ Do inglês – tela de toque – com a introdução deste novo paradigma de interação, usabilidade e design – o *touchscreen* revolucionou o mercado de dispositivos móveis. Tais mudanças têm proporcionado aos usuários a possibilidade de usufruir de dispositivos que, a cada novo modelo/versão, disponibilizam um conjunto maior e mais capacitado de recursos e funcionalidades – além de prover a oportunidade de atuação em nichos do segmento nunca antes praticados, em virtude da complexidade de suporte e implementação a eventos que ofereçam uma melhor experiência aos usuários e que possibilitem a construção de aplicativos mais ricos, interativos e dinâmicos.

²⁰ Este termo foi utilizado inicialmente por vários psicanalistas ingleses, entre eles Donald Winnicott, para designar a pessoa enquanto lugar de atividade psíquica, ou seja, o *selfie* seria o produto de processos dinâmicos, que asseguram a unidade e a totalidade do sujeito. Para alguns psicanalistas norte-americanos o *self* ou o "si" é assimilado ao objeto do investimento narcísico; assim, a representação do *self* seria uma construção do ego. Isto porque *self* e ego não são a mesma coisa, sendo o ego uma das três instâncias do aparelho mental, subestrutura da personalidade. Nesta base, muitos analistas preferem referir-se à ideia de "representação de si" em vez de simplesmente falar num "si" autônomo. Para Hartmann, o termo *self* foi conceituado como a "imagem de si-mesmo" sendo composto de estruturas, entre as quais consta não somente o ego, mas também o "id", o superego e, inclusive, a imagem do corpo, a personalidade total. Para Winnicott, o *self* não é o ego, mas sim a pessoa que é "eu",

de um banco de imagens do próprio *App*, inicia a sobreposição de imagens em seu *self*. O usuário pode inserir qualquer tipo de traço, forma ou detalhes físicos em sua face (Fig. 10). Um jogo com a própria imagem, onde a proposta se pauta nas seguintes premissas: **e se eu tivesse? E se eu fosse? E se?** Essa situação pela qual o indivíduo se condiciona a uma replicação virtual é analisada por Scheiner (1998, p. 101) como um atravessamento no tempo e no espaço, onde: **ambientes, objetos e personagens são criados em espaços desmaterializados, ganhando corpo e alma na tela mágica do novo espaço virtual.**



Fig. 10: *Funny selfie for MSQRD ME* - 2016
Fonte: Googleplay – aplicativos para download

Qual o propósito em ter seus principais traços - aqueles que o definem como sendo **você** - atravessados, *mascarados* por elementos de **outras pessoas**? Que bancos de imagens humanos estão sendo criados e alimentados diariamente, como gondolas de supermercado, organizadas por seções: cabelos; narizes; olhos; bochechas; sobrancelhas; boca; queixo; orelhas? Para Rudolf Arnheim (1904, p. 396) “algumas das propriedades e funções conhecidas do corpo constituem parte inseparável de seu caráter visível”. O corpo humano torna-se um produto flexível e ao mesmo tempo fragilizado quando reproduzido virtualmente. Não se trata mais da

que possui uma totalidade baseada no funcionamento do processo de maturação. Ao mesmo tempo, o *self* é constituído por várias partes. Estas partes unem-se desde uma direção interior para uma exterior no curso do funcionamento do processo de desenvolvimento do indivíduo. Kohut, que esteve na origem da Escola de Psicanálise do *self*, baseou-se no tratamento psicanalítico das personalidades narcísicas e dos estados-limite, para definir o *self* como um conteúdo do aparelho mental. O *self* exprime-se como um conjunto de representações investidas num modo narcísico, sob a forma de uma transferência em espelho, no qual o psicanalista é idealizado como um reflexo do *self* grandioso. O *self* não é o Ego, é o Id – marca da *ipseidade*. <http://www.tecmundo.com.br/>

*Second Life*²¹ – mas sim da fragmentação virtual da *aura*²² humana, da sua autonomia em multiplicar-se e replicar-se continuamente. Neste processo cada camada sobreposta recebe uma carga informacional diferente. **Este corpo virtual há muito deixou de ser você.** Posando diante da objetiva – tela do celular; sem dúvida, é gerada, mesmo que metafóricamente, uma dependência entre o indivíduo e os *gadgets*, uma dependência pode-se dizer narcisista. Para Barthes (1980, p. 22) “a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a ‘posar’, fabrico-me instantaneamente em outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem”. Mas essa dependência em vão procura ser imaginário, o indivíduo vive a angústia de uma filiação incerta: uma imagem – minha imagem – como se pudesse ‘sair’ sobre o papel como sobre uma tela clássica, dotado de um ar nobre, pensativo, inteligente. A relação do indivíduo globalizado com a imagem assume uma nova dimensão social: para Scheiner (1998, p. 99) inaugura-se uma nova cultura, cujo sujeito é a **sociedade global** – totalidade abrangente, complexa e contraditória.

Em certo sentido, e na medida em que esta máscara representa a concepção que formamos de nós mesmos – o papel que nos esforçamos por chegar a viver – esta máscara é nosso mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser. Ao final a concepção que temos de nosso papel torna-se uma segunda natureza e parte integral de nossa personalidade (GOFFMAN, 1959, p. 27).

E o museu? Ao longo da sua vivência social, quantas máscaras lhe foram e serão atribuídas? Frente às inúmeras ressignificações sobrepostas, examinando-se o estatuto do saber científico, a Museologia nos faz constatar que enquanto este último parece mais subordinado do que nunca às potências e, correndo até mesmo o risco com as novas tecnologias, de tornar-se um dos principais elementos de seus conflitos, por outro, é a garantia de ações constantes em busca da mediação entre indivíduo e todos os elementos que envolvem a prática museológica. Sobre a condição da mediação vista como dimensão simbólica, por Jean Davallon (1988, p. 38) instauração de relações entre: o mundo, a exposição e o visitante, o Museu é o ambiente físico onde essas relações se estabelecem em ato.

²¹ *Second Life* é um ambiente virtual e tridimensional que simula em alguns aspectos a vida real e social do ser humano. Foi criado em 1999 e desenvolvido em 2003 e é mantido pela empresa Linden Lab. Dependendo do tipo de uso, pode ser encarado como um jogo, um mero simulador, um comércio virtual ou uma rede social. O nome "*second life*" significa em inglês "segunda vida", que pode ser interpretado como uma vida paralela, uma segunda vida além vida "principal", "real". Dentro do próprio jogo, o jargão utilizado para se referir à "primeira vida", ou seja, à vida real da pessoa, é "RL" ou "Real Life" que se traduz literalmente por "vida real". Lá, você poderá ter uma vida **parecida com a vida real**, com um verdadeiro ambiente 3D.

²² Ver conceito de "aura" por Walter Benjamin em sua produção literária: **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. 1936.

Interatividade social interligada ao processo cognitivo

Pensar o indivíduo globalizado é antes de tudo reconhecê-lo como um agente articulador com as mais variadas interfaces que interagem com o meio, de forma a gerar reverberação social por intermédio do comportamento e dos processos de absorção do conhecimento e da informação. Para Scheiner,

pensar o pensamento como processo e não mais como produto é reconhecer a potência desta nova forma de construção do conhecimento - sem no entanto esquecer que permanece, no cenário contemporâneo, a separação entre o cognitivo e o afetivo, e também que as novas tecnologias abrem caminho para novas formas de poder: **se, na modernidade, o exercício do poder passava pela relação com a identidade, hoje o poder se dá como informação** (SCHEINER, 1998, p. 96).

Este processo é entendido como a persistência de uma informação logo após ser extinta sua emissão. A reverberação ocorre em um ambiente socialmente configurado, ou seja, o meio social. A produção do conhecimento se instaura a partir do comportamento deste indivíduo globalizado em relação às características pessoais e à situação social na qual se encontra.

No final do século 18, Emmanuel Kant (1781-1969) estudou a indissociabilidade como processo de absorção do conhecimento que inclui a abertura de novos contornos na ordem do conhecimento, em especial nas ciências ditas “morais” do século 19. De todo modo, a breve passagem pelas ideias do filósofo nos interessa, pois aponta para a percepção da indissociabilidade entre tempo, história e produção do conhecimento: este último representando as diferentes formas do indivíduo lidar com a natureza; e os primeiros, a maneira como o indivíduo habita sua época, se incluem na atualidade da qual faz parte e a inclui naquilo que se propõe pensar. Este indivíduo insere-se em uma malha de informações variadas, transita do local ao global de forma instantânea e interativa, está imerso em um universo de símbolos e significados digitais/virtuais, que impregnam tudo que o cerca.

A relação entre Museologia, museu e indivíduo globalizado se dá no **encontro entre as malhas de pensamento e as informações** decodificadas pelo campo, fenômeno e elemento social. Tessituras da produção do conhecimento que ora se entrecruzam, ora se distanciam, reverberando possíveis pontos de contato. Com relação a tal movimento, Scheiner pontua que:

Deve-se aqui ter em conta que tais movimentos e articulações **não se dão nunca de forma linear**, mas com os mais diferentes graus de intensidade. A mandala será, portanto, uma representação idealizada

dessas relações – tornadas ainda mais complexas pelo fato de que a percepção contemporânea do real implica uma perceptualidade fluida das realidades, sempre relativa e sempre plural. O que verdadeiramente ocorre, na prática, são interfaces e cruzamentos simultâneos, em distintas direções e em distintas frequências e intensidades, tendo como centro não um ponto fixo, mas um espaço relacional em continuado e permanente deslocamento (SCHEINER, 2015, p. 5). [grifo nosso]

Kurt Lewin (1890-1947), psicólogo alemão, em estudos realizados acerca das dinâmicas de conectividade entre grupos sociais, afirma que as variações individuais do comportamento humano com relação à reverberação social são condicionadas pela tensão entre as percepções que o indivíduo tem de si mesmo e pelo ambiente psicológico em que se insere. Kant defende que os fenômenos mentais são inerentemente subjetivos e sugere que a mente constrói ativamente a realidade, indo além do estímulo original. Atribui, assim, um papel mais ativo e construtivo ao meio social na percepção e interpretação dos objetos experimentados. É neste pressuposto que vai fundamentar-se a teoria da *Gestalt*²³ que, contrastando com as análises elementaristas, focaliza a experiência imediata da percepção e, adotando uma abordagem fenomenológica, procura descrever de forma sistemática as experiências perceptivas e o pensamento.

Lewin (1951) importa as ideias da psicologia da *Gestalt* para a psicologia social e, em última análise, para a cognição social. Segundo o autor, seria necessário considerar o equilíbrio dinâmico do indivíduo - como suas necessidades, crenças, capacidades perceptivas - e da situação experimentada, para perceber como este conjunto de fatos atua na construção da realidade social. Para isto, haveria que considerar a cognição, como um dos processos que influenciam a interpretação que o indivíduo faz do mundo; e a motivação, que constituiria o motor do seu comportamento. A cognição emergiria, assim, da interação entre o indivíduo e o seu mundo físico e social. Se entendermos o ambiente psicológico como uma grande estrutura informacional, instaurada a partir de elementos pertencentes ao indivíduo e por ele adquiridos, poderemos dar maior atenção ao que chamamos de “cognição social”. Esta estará diretamente relacionada ao meio. Dreifuss sinaliza:

Vive-se um cotidiano configurado pela fabulosa massa de informação disponível, veiculada eletronicamente em escala planetária, estruturante do “indivíduo” (do seu comportamento enquanto pessoa

²³ Max Wertheimer (1880-1943) pôde provar experimentalmente que diferentes formas de organização perceptiva são reconhecidas de forma organizada e com significado distinto por cada pessoa.

e do seu significante enquanto categoria), e determinante de um novo *Kaos* que questiona o homem e sua humanidade, onde o ser humano se reinterroga sobre o (ser) real, enquanto a realidade é multiplamente questionada e reproblematicada, levando de roldão as convenções de rotina – mesmo aquelas das invenções (DREIFUSS, 1997, p. 33).

O âmbito da cognição social se articula a partir da totalidade da coexistência dos fatos concebidos como mutualmente interdependentes. Indivíduos se comportam diferentemente de acordo com o modo em que as tensões da percepção do *self* e do ambiente são correlacionadas.

Compreender e explicar como o indivíduo percebe a si – *self* – e aos outros, e como essas percepções permitem explicar, prever e orientar o comportamento social nos permite elencar alguns fenômenos sociais. Através do modelo do processamento da informação, assumindo que o indivíduo no contexto social é alguém que se encontra virtualmente embrenhado em alguma forma de processamento de informação. Para Scheiner (2015, p. 7), uma pessoa é sempre um corte de fluxo, um ponto de chegada ou de partida, ou melhor, um ponto de interseção entre fluxos.

Emerge, neste final do século XX, um conhecimento por simulação [...] as próprias bases do funcionamento social e das atividades cognitivas modificam-se a uma velocidade que todos podem perceber diretamente (LÉVY, 2003, p. 4).

Em suma, se pudéssemos ser pintados por um grande mestre da Pintura, no entanto, o que gostaríamos que fosse captado é uma textura moral final, e não uma mímica; e como a Fotografia é pouco sutil, salvo nos grandes retratistas, não sei como, do interior, agiria sobre minha pele. Decido “deixar flutuar” em meus lábios e em meus olhos um leve sorriso, que eu gostaria que fosse “indefinível”, no qual eu daria a ler, ao mesmo tempo em que as qualidades de minha natureza, a consciência divertida que tenho de todo o cerimonial fotográfico. Eu queria, em suma, que minha imagem, móbil, sacudida entre mil fotos variáveis, ao sabor das situações, das idades, coincidissem sempre com meu “eu” (profundo, como é sabido); mas é o contrário que é preciso dizer: sou “eu” que não coincido jamais com minha imagem; pois é a imagem pesada, imóvel, obstinada (por isso a sociedade se apoia nela), e sou “eu” que sou leve, não fico no lugar, agitando-me em meu frasco: ah, se ao menos a Fotografia pudesse me dar um corpo neutro, anatômico, um corpo que nada signifique! Infelizmente estou “preso” na Fotografia. Ver-se a si mesmo (e não em um espelho): na escala da História, esse ato é recente, na medida em que o retrato, pintado, desenhado ou miniaturizado, era, até a difusão da Fotografia, um bem restrito, de

resto, a apregoar uma situação financeira e social – de qualquer maneira, um retrato pintado, por mais semelhante que seja (é o que procuro provar), não é uma fotografia. É curioso que não se tenha pensado no *distúrbio* (de civilização) que esse novo ato traz. “Eu queria uma História dos Olhares. Pois a Fotografia é o advento de mim mesmo como outro: uma dissociação astuciosa da consciência de identidade” (DUBOIS, 1958, p. 113).

Esse movimento traduz um estado de fragmentação social, uma sociedade e percepções, promove suas próprias produções e deixa-se seduzir pelos resultados singulares que essa especificação acarreta. Essa sociedade fragmentada na qual vivemos sai então em busca de uma identidade e a encontra num consenso em torno de objetos indubitáveis, em torno de resultados objetivos, que formam um núcleo de certezas, compartilhado por todos. Existem afinidades sentimentais entre as coisas como entre os indivíduos, e elas se classificam segundo tais afinidades.

CAPÍTULO 2

O FENÔMENO *GATEKEEPER* **Museologia para um mergulho interdisciplinar**

CAPÍTULO 2

O FENÔMENO *GATEKEEPER* – Museologia para um mergulho interdisciplinar

2.1 A teoria do *Gatekeeper*

Lewin foi o primeiro autor com preocupações sociais na área da comunicação de massa a indicar que a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação depende de “portões” que funcionam dentro desses mesmos canais. Segundo o autor, referido em Traquina (1993, p. 142), estes portões são regidos ou por regras imparciais ou por um grupo no ‘poder’ que tem o papel de decidir o que aprovar e o que rejeitar. No seguimento desta teoria, Lewin acreditava que compreender como este acesso se dá seria compreender quais fatores determinam as decisões dos *gatekeepers*, sendo que para alcançar estas conclusões o investigador teria de conhecer os *gatekeeping* na sua plenitude. Após esta primeira abordagem de Lewin ao processo de *Gatekeeper*, David Manning White realiza, em 1950, uma das primeiras pesquisas empíricas sobre o conteúdo jornalístico e sobre o jornalismo em si mesmo. Assim, a investigação de White procurou estudar quais os critérios para a publicação, através da exclusão de notícias.

White começa então a definir o processo de *gatekeeping* como “uma seleção de informação em “portais” controlados por “porteiros”, havendo informação que passa e outra que fica retida” (SOUZA, *apud* D`AIOLA, 2003). Posto isto, podemos afirmar que uma das explicações do jornalismo advém da própria teoria do *Gatekeeper*, pois a “sua função está ligada intimamente à ação pessoal” do jornalista (D`AIOLA, 2003). Usando a metáfora do jornalismo, naquele espaço em que se decide o que atravessa o portão, o que é publicado, e o que não atravessa o portão, o que é rejeitado, parece existir certa margem de manobra para o jornalista, o que vai contra a ideia pré-concebida do mediador como alguém neutro, alguém que põe completamente de parte a subjetividade. Ou seja, perde a sua isenção e a sua imparcialidade quando decide o que passa pelo portão e o que não passa: o jornalista perde a sua neutralidade quando desempenha o papel de porteiro, de *Gatekeeper*. Deste modo, o termo *Gatekeeper* acaba por ser aplicado “à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões” (TRAQUINA, 2002, p. 77).

No jornalismo, a filtragem e a seleção das notícias levadas a cabo pelo jornalista “é extremamente subjectiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *Gatekeeper*” (TRAQUINA, 1993, p. 145); por

isso compreende-se que uma notícia sobre um mesmo assunto difira de jornalista para jornalista. Como refere Schudson (2002, p. 78), nesta teoria da ação pessoal, do *Gatekeeper*, as notícias acabam por ser “explicadas como um produto das pessoas e das suas intenções”. Segundo o estudo de White,

“uma notícia é transmitida de um *gatekeeper* para outro na cadeia de comunicações. Do repórter para o responsável pelo *rewriting*, do chefe de secção para os redatores responsáveis pelos ‘assuntos de Estado’ de várias associações de imprensa, o processo de escolha e de rejeição não para. E finalmente chega-se último *gatekeeper* [...] Ele tem a cargo a seleção das notícias nacionais e internacionais que aparecerão na primeira página e seu posterior desenvolvimento nas páginas interiores, bem como a sua composição.” (WHITE, *apud* TRAQUINA, 1993, p. 143).

Para nós, que atuamos no âmbito da comunicação em museus, importa analisar mais detidamente este processo de *Gatekeeping* estudado por White, para perceber as semelhanças e diferenças existentes entre os públicos e os muitos instrumentos e formas de mediação. No modelo utilizado no rádio, por exemplo, o autor apresentou as várias razões que levavam o editor telegráfico a rejeitar uma notícia, sendo que as principais centravam-se no valor noticioso da informação e na possibilidade de selecionar notícias a partir de relatos do mesmo acontecimento. Assim, acaba por ser através deste estudo sobre o *Gatekeeper* e as suas decisões – que White compreende como o processo de seleção da informação e posterior comunicação das notícias – que se percebe que este processo se dá de forma pessoal e arbitrária. Sendo o jornalista um *Gatekeeper*, cabe a este selecionar o que deverá ser publicado e qual o seu detalhe. Como observa d’Aiola (2003) “o *Gatekeeper* é quem determina o que atravessa o portão de entrada no jornal, o que será visto pelo leitor [...] é aquele que determina o que será notícia e o que não será”.

Os jornalistas, ao desempenharem o papel de *gatekeepers*, acabam por colocar em causa a primeira teoria clássica do jornalismo: a teoria do espelho. Segundo esta teoria, o produto jornalístico deve ser apresentado como uma representação da realidade, um espelho, sendo a missão do jornalista “informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu” (TRAQUINA, 2002, p.75). A função do jornalista acaba por ser a de recolher, processar e difundir rapidamente a notícia de modo a que a informação não seja demasiado verificada. O que acontece e o grande problema, como refere Gaye Tuchman (2002, p.74), é que mesmo que os relatos de acontecimentos considerados significativos e interessantes possam ser claros, na construção do processo comunicacional eles se tornam complexos. É desta própria complexidade apresentada por Tuchman que surgem várias teorias do jornalismo – as

quais, se “não se excluem mutuamente [...] não são pura e necessariamente independentes umas das outras”.

Traquina, na obra “O que é Jornalismo?” – 2002, considera que a teoria do *Gatekeeper* apenas analisa as notícias a partir de quem as produz, o jornalista – pois “o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *Gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não” (TRAQUINA, 2002, p. 77). Esta teoria situa-se, assim, ao nível da pessoa – o jornalista -, privilegiando a abordagem individual (microsociológica) e deixando em segundo plano a organização jornalística (macrossociológica). Neste sentido, a teoria do *Gatekeeper* poderia acabar por limitar e minimizar outros pontos do processo de produção jornalística, ao propor “uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, baseando-se no conceito de ‘seleção’” (2002, p. 79).

Defendendo que o processo de *gatekeeping* não é uma simples operação de seleção e querendo alargar este conceito, Donahue, Tichenor e Olien (*apud* WOLF, 1995, p. 163), apresentam outros elementos envolvidos no processo de aprovação ou rejeição de informação: “o *gatekeeping* inclui todas as formas de controle da informação, que podem estabelecer-se nas decisões acerca da codificação das mensagens, da seleção, da formação da mensagem, da difusão, da programação, da exclusão de toda a mensagem ou das suas componentes”. Todas as conclusões que White apresentou foram reanalisadas e criticadas por estes e outros autores, que concluíram que o jornalista decide mediante uma liberdade condicionada, sendo que as razões da decisão sobre o que passa ou não o portão, são principalmente de foro profissional e não subjetivo, decorrendo da estrutura burocrática e não das avaliações pessoais do indivíduo que exerce a atividade jornalística. Desta forma, a teoria do *Gatekeeper* baseia-se numa seleção de informação, mas de tal forma “que a maior parte do *gatekeeping* cabe ao espaço organizacional, pois coloca limites ao trabalho do jornalista, que acaba por se submeter às políticas e aos interesses corporativos” (ABRAS & PENIDO, 2006, p. 35).

E esta análise das notícias que atravessam ou não o portão é influenciada, principalmente, pelo meio em que vivem os jornalistas. A subjetividade do jornalista acaba, assim, por ser determinada pelo seu ambiente social e comunitário e pela formação cultural e ideológica que lhe é intrínseca, incluindo a sua concepção ética – aquilo que considera moralmente aceitável ou não.

A partir desses processos surge a “teoria organizacional”, formulada por Warren Breed em 1955. As determinantes organizacionais constituem um elemento imprescindível neste processo, devido à necessidade de se explicar a teoria do *gatekeeping* a partir do ponto de vista social, dos aspectos sociais que influenciam a produção de uma notícia. O autor procurou, através dela, alargar a perspectiva teórica do *gatekeeping*, centrando-se no estudo da organização jornalística. Como sublinha Traquina, Breed insere assim “o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização para a qual trabalha” – o local onde “o jornalista acaba por ser “socializado” na política editorial da organização através de uma sucessão subtil de recompensa e punição”. Ou seja, o jornalista seguirá mais facilmente as normas editoriais e organizacionais do local onde trabalha do que as suas ideologias, as suas crenças pessoais. Como a empresa controla o trabalho do jornalista, ele, enquanto funcionário da empresa, “aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades” (TRAQUINA, 2002, p. 79-80).

Na sua teoria organizacional, Breed identifica seis fatores que promovem esta relação de conformismo do jornalista para com a política editorial da organização para a qual trabalha: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; aspirações de mobilidade; a ausência de grupos de lealdade em conflito; o prazer da atividade; e as notícias como valor (2002, p. 80-82). Portanto, segundo a teoria organizacional, as notícias acabam por ser o resultado de sucessivos processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. Deste modo, “o jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle, pelo que tem de se antecipar às expectativas dos superiores para evitar retoques nos seus textos e reprimendas” (2002, pp. 84-85). Breed conclui, então, “que a linha editorial da empresa jornalística é geralmente seguida, e que a descrição da dinâmica situação sociocultural da redação sugerirá explicações para este conformismo.” (2002, p. 84).

É importante frisar o porquê desta opção dos jornalistas seguirem a linha editorial da empresa, pois a verdade é que “a fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores [...] mas entre os colegas e superiores” (2002, p. 84). Através desta teoria percebemos, então, que os jornalistas não são os únicos *gatekeepers*, pois os editores também determinam – ou, pelo menos, têm uma importante palavra a dizer sobre - a informação que deve ser publicada e que chega ao público. Por meio deste processo de filtragem, os leitores acabam por ter acesso à informação selecionada/escolhida por um conjunto de *gatekeepers*, que vão desde o

simples jornalista ao seu editor – isto é, toda a informação, até chegar ao leitor, passa por uma seleção criteriosa que provém da política editorial da empresa, a qual determina os focos e critérios de seleção da informação e o próprio enquadramento a ser dado à notícia.

A teoria organizacional, ao sublinhar que o trabalho do jornalista é influenciado pelos meios humanos e técnicos de que a empresa dispõe, põe em relevo a capacidade financeira. Breed considera que, por um processo de osmose, ao longo do tempo, a empresa jornalística, através da sua direção, controla o trabalho de todos os seus funcionários. São diversos os campos do contexto organizacional e os níveis de análise em que esta abordagem tem sido adotada, partindo-se do mapeamento das estruturas e padrões de comunicação.

Em nossa experiência com a gestão de museus - especialmente de museus tradicionais ortodoxos²⁴, pudemos perceber que os processos e mecanismos de geração, desenvolvimento e circulação da informação guardam muitas semelhanças com os do *gatekeeping*, já que esses museus dirigem-se diretamente (ou deveriam fazê-lo) a públicos definidos. Museus tradicionais atuam e podem ser compreendidos pelos mecanismos dinâmicos que empreendem - nas ações de coleta, documentação, pesquisa, preservação e comunicação. Analisar esses mecanismos implica colocar em questão os riscos e articulação das diferentes instâncias de poder decisório, intrínsecos a cada etapa a ser percorrida pelo objeto musealizado. A cada instante dobras do real são sobrepostas, ocultando aquilo que, por algum motivo, foi filtrado e não será comunicado, propagado, revelado.

As relações entre museus tradicionais e o fenômeno do *gatekeeping* serão facilmente percebidas ao analisarmos os mecanismos de elaboração e circulação de informações, inerentes a cada função específica desses museus. Tais mecanismos, que dão origem às diferentes decodificações e recodificações de dados sobre os objetos, ao longo do processo de musealização: são os responsáveis pela constituição desses museus como instâncias discursivas - e como poderosos portais de comunicação. As escolhas se iniciam na seleção de objetos que irão configurar as coleções; estendem-se aos procedimentos de coleta e formação de acervos; presentificam-se nas ações de preservação e conservação; multiplicam-se ao largo dos procedimentos de pesquisa e documentação. É destas escolhas, deste processo continuado de inclusão/exclusão, que resultará a identidade cultural desses museus e de suas coleções. E são elas que permitirão implementar, sobre o substrato existente, uma nova

²⁴ Museu Tradicional - Espaço, edifício ou conjunto arquitetônico ou espacial arbitrariamente selecionado, delimitado e preparado para receber coleções de testemunhos materiais recolhidas do mundo. No espaço do museu tradicional, as coleções são pesquisadas, documentadas, conservadas, interpretadas e exibidas por especialistas - tendo como público-alvo a sociedade. A base conceitual do museu tradicional é o objeto, aqui visto como documento. Museu Tradicional Ortodoxo - É o museu tradicional por excelência, o tipo clássico de museu (SCHEINER, 1997).

dobra relacional: a da comunicação entre os museus e seus públicos. Para cada momento deste processo, haverá pelo menos um *Gatekeeper* (SCHEINER, 2015)²⁵.

Todo este processo refletirá nos atores sociais que dele participam: profissionais de museus; a instância diretiva - que poderão ou não se sensibilizar com o todo; os participantes da 'cultura' interna de cada museu e da cultura da organização à qual está vinculado; a vinculação de cada museu às políticas internas e externas de gestão do campo cultural; e finalmente, na relação entre o museu e seus públicos. É uma “difícil missão, impregnada de sutilezas éticas: museólogos, hoje, devem atuar como mediadores entre as várias manifestações do Museu e da sociedade [...] devem elaborar um discurso que permita aos distintos grupos sociais maior compreensão sobre seu lugar no mundo” (SCHEINER, 2008, p. 43).

2.2 A memória como instrumento da lembrança

Foi Aureliano quem concebeu a fórmula que havia de defendê-los, durante vários meses, das evasões da memória. [...] Um dia estava procurando a pequena bigorna que utilizava para laminar os metais, e não se lembrou do seu nome. Seu pai lhe disse: “tás”. Aureliano escreveu seu nome num papel que pregou com cola na base da bigorninha: *tás*. Assim, ficou certo de não esquecê-lo no futuro. [...] Mas poucos dias depois, descobriu que tinha dificuldade de se lembrar de quase todas as coisas do laboratório. Então, marcou-as com o nome respectivo, de modo que bastava ler a inscrição para identificá-las. Quando seu pai lhe comunicou o seu pavor por ter-se esquecido até dos fatos mais impressionantes da infância, Aureliano lhe explicou o seu método, e José Arcádio Buendía o pôs em prática para toda a casa e mais tarde o impôs ao povoado. [...] Pouco a pouco, estudando as infinitas possibilidades do esquecimento, percebeu que podia chegar um dia em que se reconhecessem as coisas pelas suas inscrições, mas não se recordasse a sua utilidade. [...] O letreiro que pendurou no cachaço da vaca era uma amostra exemplar da forma pela qual os habitantes de Macondo estavam dispostos a lutar contra o esquecimento: Está é a vaca, tem-se ordenhá-la todas as manhãs para que produza leite e preciso ferver para misturá-lo com o café e fazer café com leite (MÁRQUEZ, 1967. p.61).

Na estória vivida pelos personagens eloquentes de Márquez, no pequeno vilarejo de Macondo, fica evidente a relação do homem e seus objetos/testemunhos, uma relação de poder e dependência mútua: fazer existir o indivíduo é fazê-lo se reconhecer através dos objetos; cogitar a possibilidade do esquecimento do “nome” do objeto e perceber que apenas seu “nome” não é o bastante para interagir com o cotidiano. Mais que isso, é urgente a identificação deste objeto com sua função, sua utilidade em relação ao indivíduo. Pensar o patrimônio como um elo atemporal é

²⁵ Sessão de orientação. PPG-PMUS, julho de 2015.

responsabilizá-lo e reapropriá-lo em narrativas definidas e estruturadas que se modificam ao longo do tempo, mas sem perderem sua origem. Para Gonçalves “os objetos são recodificados com o propósito de servirem como sinais diacríticos das categorias e grupos sociais que venham a representar” (GONÇALVES, 2002). Em sua obra, “A retórica da perda” o autor destaca o ímpeto do indivíduo pelo colecionismo, numa tentativa de congelamento, preservação e garantia da narrativa da humanidade, um paradoxo para a memória, onde o esquecimento é parte deste processo natural.

Este processo é visto por Márquez como a luta diária contra o esquecimento e a garantia do envolvimento do indivíduo ora isolado, ora coletivo, com os objetos que os cercam, objetos testemunhos e provas concretas das relações desta sociedade. E neste processo construtivo, estabelecem-se relações intangíveis, caracterizando a identidade destes indivíduos e seu meio.

Na era da informação, onde os fatos são fragmentados e, a cada momento, compilados em diferentes territórios, a percepção individual se distancia da experiência coletiva. Compartilhar tornou-se um ato de “gerar cópia”, que o outro viverá isoladamente; é compreender que “estamos testemunhando a fragmentação dos sistemas de comunicação e dos códigos de comunicação social existentes entre diferentes indivíduos e sujeitos coletivos” (CASTELLS, 2001). A tecnologia digital está mudando a forma como nós consumimos cultura. Analisar este fenômeno nos conduz a mergulhos multidisciplinares, oportunizando novas apropriações para o campo da Museologia. Se o museu, segundo Castells, “é um repositório de temporalidade”, esta temporalidade é dinâmica, transitando em todos os ‘tempos’, tratando o presente como se meio, como agregações do passado e prospecções de futuro.

Reconhecer este território, tendo o museu como conector social em suas diferentes linguagens, requer dimensioná-lo para além do ato do colecionismo, ou de testemunhos materiais dos feitos da humanidade. Requer a configuração de uma ferramenta complexa, estruturada por signos, significados e significantes que se relacionam com o tempo real e a “virtualidade real”, apresentada desta forma:

Chamo esta cultura de virtualidade real – não realidade virtual como se diz comumente – porque o conceito de realidade virtual implica, por um lado, que exista uma realidade que seja a verdade, a realidade que vivemos e, por outro lado, uma realidade virtual que é a realidade dos meios de comunicação e da internet, onde vivemos [...]. Essa é a nossa realidade e, conseqüentemente, a realidade é virtual e a cultura é uma cultura de virtualidade real (CASTELLS, 2001, p. 28).

O desdobramento realizado pelo autor aponta para três aspectos: novo sistema eletrônico de comunicação, que envolve as fragmentações do sentido; novo tipo de

temporalidade, onde o tempo se torna atemporal; e nova percepção de espaço, composto por fluxos multidirecionais interligando local e global, resultando naquilo que poderíamos entender por ‘virtualidade real’.

Pois bem, se o objeto é prova concreta e instrumento de legitimação da identidade humana; e se esta identidade, para se perpetuar em sua existência atemporal, se apropria da comunicação; e se a sociedade contemporânea atua no campo da fragmentação da informação, qual o papel do museu enquanto espaço concreto – e da Museologia enquanto ciência responsável pela elaboração de protocolos comunicacionais entre o espaço, o objeto e o indivíduo?

É neste ponto que o fenômeno *Gatekeeper* tangencia o campo da Museologia, tendo como antagonismo o ato de ‘esquecer’, pois ao mapear os diversos processos da memória, apontados por Lewin, é possível estabelecer desenhos comunicacionais que refletem no reconhecimento do indivíduo dentro da virtualidade real.

2.3 Museu e Museologia – signos híbridos

A Museologia contemporânea, em seu esforço sistêmico e progressivo, propõe um diálogo com o visitante de forma a seduzi-lo por intermédio dos objetos musealizados e suas construções, fato primordial em museus tradicionais. Entretanto, este mesmo visitante encontra-se em processo de reconhecimento no espaço que ocupa, buscando uma identificação transparente de forma a satisfazer-se instantaneamente. Suas ações de demanda pessoal e social tornaram-se compulsivamente viciantes e provocadoras de sensações de curta duração e reação. Para Chagas (2009, p. 53) “o interesse no patrimônio não se justifica apenas pelo seu vínculo com o passado, seja ele qual for, com a vida dos seres em relação a outros seres, coisas, palavras, sentimentos e ideias”.

Questões como o acesso à informação e a participação direta do visitante provocaram um desafio ainda maior: o de que nossos museus, muito mais do que coletar, identificar, conservar, pesquisar, administrar e comunicar, são responsáveis pela difusão do conhecimento a partir do reconhecimento do indivíduo em uma sociedade em transformação.

A contemporaneidade remete a um museu do indivíduo; e as teorias e práticas museológicas devem integrar-se à sociedade de forma a interpretá-la dentro de seu contexto natural:

A Museologia deve procurar, num mundo contemporâneo que tenta integrar todos os meios de desenvolvimento, estender suas atribuições e funções tradicionais de identificação, de conservação e de educação, a práticas mais vastas que esses objetivos, para melhor inserir sua ação naquelas ligadas ao meio humano e físico. Para atingir esse objetivo e integrar as populações na sua ação, a Museologia utiliza-se cada vez mais de interdisciplinaridade, de métodos contemporâneos de comunicação comuns ao conjunto da ação cultural e igualmente dos meios de gestão moderna que integram os seus usuários (MOUTINHO, 1989, p. 48).

Trata-se, sem dúvida, de um modelo híbrido, onde a comunidade museológica, composta de seus museólogos, gestores, técnicos, administradores, profissionais de apoio logístico e voluntários, deverá dialogar com a sociedade e interpretar os acervos musealizados de maneira a inseri-los neste contexto, adequando museus e políticas culturais na contemporaneidade; estabelecendo o diálogo participativo por intermédio de uma gestão colaborativa e democrática, aproximando-se da sociedade, percebendo e interpretando seus vários signos, a explicar:

Talvez uma tarefa-chave das novas políticas culturais seja tal como tenham certas performances artísticas, reunir de outras maneiras, afetos, saberes e práticas. Reencontrar ou construir signos que representem de modo crível, identidade de sujeitos que, ao mesmo tempo, querem, sabem e agem: sujeitos que respondam por aqueles, e não personagens que representem marcas de identidade enigmática. Este é o núcleo dramático do presente debate cultural, ou seja, do sentido com que as opções de desenvolvimento social vêm se reelaborando (CANCLINI, 2007, p. 73).

Somos conscientes das deficiências e dificuldades que o universo museológico apresenta; acreditamos que um modelo de gestão cooperativo e multidisciplinar nos proporcionará possibilidade de concretização destas grandes ações. Acreditamos nos profissionais que atuam nos museus e principalmente, acreditamos na transformação do potencial coletivo e os museus são esta ponte conectora. O hibridismo se instaura na potência do Museu em penetrar livremente nas relações com o indivíduo.

2.4 Um mergulho no vácuo de Castells e Lewin

Na obra literária “1984” de George Orwell, o protagonista Winston Smith tem o ofício de perpetuar as informações do regime governamental vigente, por intermédio das notícias e propagandas: ele é obrigado a manipular, falsificar e em alguns momentos alterar documentos públicos e literários com o objetivo de ter controle e domínio sobre a população de forma ‘pacificadora’, fazendo-os acreditar que esta é a única ‘realidade’ e ‘verdade’:

4 de abril de 1984 – Encostou-se ao espaldar. Descera sobre ele uma sensação de completo desespero. Para começar, não sabia com a menor certeza se o ano era mesmo 1984. Devia ser mais ou menos isso, pois estava convencido de que tinha trinta e nove anos, e acreditava ter nascido em 1944 ou 45; hoje em dia, porém, não era nunca possível fixar uma data num ou dois anos. De repente ocorreu-lhe uma pergunta. Para quem estava escrevendo aquele diário? Para o futuro, os que não haviam nascido [...]. O nome do cidadão era removido dos registros, suprimida toda menção dele, negada sua existência anterior, e depois esquecido. Era-se abolido, aniquilado; vaporizado era o termo corriqueiro (ORWELL, 1949, p. 193).

O que Castells e Lewin têm em comum com esta passagem ficcional? A interpretação de como a realidade é construída a partir de elementos criados pelo indivíduo – e o que não for retido por ele se “vaporiza” para o universo do esquecimento. Neste sentido, acreditamos que tratar o *gatekeeping* como um fenômeno que ultrapassou as barreiras do campo da comunicação de massa na contemporaneidade, poderá ser o ponto de partida para inaugurar uma discussão e análise que abrangerá o campo da Museologia, a respeito dos protocolos vigentes.

É fato de que os processos comunicacionais muito se ‘mutacionaram’, impulsionados pela velocidade da informação com o advento da Internet e o crescimento progressivo da tecnologia da informação. A partir deste cenário, Castells desloca o olhar para outra crise comunicacional, onde:

[...] a falta de comunicação e de códigos comuns de comunicação é, na realidade, uma causa direta de alienação no sentido específico de que o outro, o *alter*, se torna uma expressão do que não pode ser comunicado e, portanto, do que não é humano, num mundo onde todo mundo fala uma língua diferente baseada num hipertexto personalizado, num mundo de espelhos quebrados, feito de textos que não podem ser comunicados (CASTELLS, 2001, p. 47).

Se para Lewin o indivíduo define suas escolhas a partir de protocolos mentais e Castells os transfere para um modelo preestabelecido de origem comunicacional dentro das ferramentas de informação; e se, por outro lado, o ato de “esquecer” está diretamente relacionado ao modo como o indivíduo lida com a informação, institui-se o vácuo. Se ansiarmos por uma Museologia engajada na era da informação, deveremos considerar a provocação de Castells (2001, p. 13): “os museus podem tornar-se mausoléus de cultura histórica (...), ou responder ao desafio tornando-se conectores culturais para uma sociedade que já não sabe se comunicar”.

CAPÍTULO 3

O MUSEU MULTIFACETADO conexão híbrida



Fig. 11: Museu de Ferrante Imperato, Palazzo Gravina, Napoli - Itália. Gravura, séc. XVI
Fonte: <http://brbl-dl.library.yale.edu/vufind/Record/3433271>



Fig. 12: Representação gráfica do processo de cognição digital/virtual humano
Fonte: http://www.nationalgeographic.it/scienza/2014/11/12/news/connessioni_cerebrali_via_internet_-2371153/

Capítulo 3

O MUSEU MULTIFACETADO – conexão híbrida

Não é mais novidade chegar a um museu e ouvir burburinhos a respeito da lotação de público no último final de semana. Talvez essa nova cena nas instituições museológicas se deva aos métodos de gestão e exposição que vem se renovando a partir da preocupação de conhecer o visitante. As pessoas se deslocam de suas casas até o museu em busca de que, exatamente? Conhecimento, informação, lazer, entretenimento?

Esses museus grandiosos funcionam um pouco como locais de peregrinação e culto, recebendo diariamente multidões que para ali se deslocam para comprovar, pela presença, a evidência do maravilhoso. E todos eles têm, em seus formidáveis acervos, um número considerável de objetos míticos, diante dos quais o mundo se prostra em adoração (SCHEINER, 2008, p. 65).

A onipotência do museu tradicional ortodoxo (Fig. 11) instituído em sua estrutura física, sua coleção e seu público vem ao longo dos séculos se transformando: de locais silenciosos que abrigavam objetos fechados em redomas de vidro, esses museus passaram a ser conectores de arte, conhecimento, informação e até mesmo entretenimento. Adaptaram-se às necessidades de um público sedento por informação e lazer ao mesmo tempo. Com isso, além do espaço expositivo, ganharam salas de audiovisual e teatro, cafés e restaurantes charmosos, livrarias e lojas, tudo com designs sedutores e aconchegantes. A maneira clássica de expor mudou; e o uso da tecnologia digital/virtual, tão presente no cotidiano do indivíduo globalizado ganhou espaço nos museus, integrando informação e interatividade ao acervo que antes era exposto de forma tradicional. Antes o objeto era iluminado em um mobiliário duro com descrições monossilábicas, agora ele oferece a possibilidade de interatividade com o visitante. Carvalho reflete sobre essa transformação e nos remete às mudanças tão claras quanto necessárias para a museologia atual:

Embora um termo genericamente aceitável para eles ainda precise ser consolidado, corpos digitais criados são participantes significativos no processo de elaborar este setor cultural. Estes corpos desenvolvem material criado digitalmente, aplicados digitalmente na Internet, de maneira a obter a concordância completa com os padrões estabelecidos da profissão museológica. “Museu Virtual” é uma poderosa metáfora que pode ser aplicada para a apresentação de atividade criativa assim como repositórios de conhecimento (CARVALHO, 2005, p. 81).

Podemos associar o uso da tecnologia aliada à criatividade como um forte mecanismo comunicacional, capaz de proporcionar uma experiência única ao visitante no espaço da exposição. As informações se tornam tangíveis e mais próximas a esse público, pois segundo Decarolis:

*El progreso tecnológico facilita nuevas formas, mucho más eficaces, de conservar, documentar, investigar y difundir el patrimonio cultural y natural*²⁶ (DECAROLIS, 2002, p. 69).

Mas somente a tecnologia não suporta a responsabilidade de atrair o público. Na 23ª conferência do ICOM – *International Council of Museums*, realizada na cidade do Rio de Janeiro, em 2013, mais de 30 mil profissionais da Museologia de 137 países discutiram o uso da tecnologia na pesquisa, promoção e preservação do patrimônio cultural. Em uma matéria publicada no jornal *O Globo* o presidente do ICOM, Hans-Martin Hinz, declarou: “Se os brasileiros vão à praia e não aos museus, talvez os museus devam ir à praia”²⁷. A declaração de Hinz nos diz muito sobre a nova realidade dos museus e a relação com os visitantes. Museus precisam chegar ao século XXI ou não terão espaço na nova ótica do indivíduo globalizado (Fig.12): a experiência de ir ao museu ou senti-lo deve ser interessante e impactante.

3.1. Museus como *gateways*

Muito além da função social, cultural e de pesquisa, a circunscrição espacial do indivíduo no âmbito dos museus é nitidamente delimitada pelos *gatekeepers*. Desde o momento de identificação de um suposto grupo de “coleções” ou “objetos” como possuindo valor patrimonial, todos os processos de musealização daquilo que poderá ser incorporado ao museu – especialmente no caso dos museus tradicionais – ocorrem em uma esfera limitada, que muitas vezes se restringe às relações entre o detentor desta coleção ou objeto e os responsáveis pelo museu. Este diálogo se estabelece a partir de variantes que podem caminhar entre o interesse individual, ou seja, o próprio ‘doador’²⁸ e o interesse institucional – o próprio museu ou entidade responsável por ele. Questões como a identidade do museu e o interesse de preservação do patrimônio são tangenciadas, de maneira velada, por critérios muitas vezes pessoais e políticos, de um pequeno grupo de profissionais.

²⁶ Tradução: O processo tecnológico facilita novas formas, muito mais eficazes, de conservar, documentar, investigar e difundir o patrimônio cultural e natural.

²⁷ <http://oglobo.globo.com/cultura/futuro-dos-museus-esta-na-criatividade-nao-na-tecnologia-dizem-especialistas-reunidos-no-rio-9455603>

²⁸ Aquele que vende, cede, doa. O mesmo processo se dá na relação com a coleta de campo.

No que tange às políticas de aquisição e descarte de uma instituição é claramente replicada a ideia dos “portais” controlados por “porteiros”, voltando-se aqui à metáfora da publicação das informações. É neste momento que se decide o que **atravessa ou não o portão**, para incorporação às coleções do museu. Quem determina o que poderá fazer parte do acervo do museu e ser apreciado pelo público é um dos *gatekeepers* do universo museológico. Essa escolha é feita por atores vinculados a esses processos, que identificam e selecionam o que será adquirido ou descartado pelo museu, tendo em vista a missão e os objetivos da instituição, que nem sempre correspondem à escolha do indivíduo globalizado.

O processo comunicacional transferido pelo museu ao usuário (real ou potencial) se materializa no ato expositivo, e aqui a decisão do *gatekeeping* é ainda mais determinante. No entanto, aqui ainda não existe a manifestação desses indivíduos. A comunicação se faz multifacetada pela ótica dos administradores, diretores de museus, museólogos e outros profissionais ligados à instituição, correndo o risco de não atender às necessidades do público que, por sua vez, não possui conhecimento total da propriedade física e intelectual que compõe o acervo. Assim, a missão primordial do museu, no que diz respeito à preservação do patrimônio através da pesquisa, educação e difusão do conhecimento, se torna restrita aos interesses de uma pequena parcela de representantes da área.

Eis porque é tão importante, hoje, o estudo de museus instituídos na sua função de *gateways*, portais informacionais que atuam como instâncias de mediação entre a “grande nuvem” e os grupos sociais, na cotidianidade. Aqui, a memória reside simultaneamente no processo relacional e na informação gerada pelo (ou geradora do) processo; e o profissional de museus pode atuar como *Gatekeeper* – aquele que faz a síntese contemporânea entre Informação e Comunicação (SCHEINER, 2015, p. 14).

Na sociedade global, o *Gatekeeper* atua como um elemento limitador. O indivíduo globalizado, com acesso à tecnologia desde o advento da internet, não se identifica com as “estratégias de comunicação de massa que permanecem como resíduos de Modernidade no cenário atual” (SCHEINER, 2016)²⁹. Este indivíduo se configura num cenário de desterritorialização do conhecimento. Profissionais responsáveis por obter, formatar e publicar as informações perdem o poder de descaracterizar, conforme interesse próprio ou organizacional, a mensagem final. A Internet dispensa alguns destes intermediários, *gatekeepers*, no momento em que torna disponível aos indivíduos um meio poderoso de emissão de mensagens

²⁹ Sessão de orientação. PPG-PMUS, fevereiro de 2016.

difundidas por *sites*, *blogs*, fóruns de discussão ou até mesmo mídias sociais – dispensando qualquer pauta, edição ou emissão de terceiros que tornaria possível a pesquisa em fontes primárias.

A tecnologia da informação somada ao advento da Internet democratizou o acesso à informação em seus diferentes níveis, possibilitando assim, ao indivíduo, outras fontes de informação que rompem e superam os critérios dos *gatekeepers* consagrados.

E assim, logo nos daremos conta de que o verdadeiro poder da Internet como instrumento mediático é a facilidade que oferece a cada indivíduo de articular-se rápida e espontaneamente com outros, por afinidade, formando grupos com causas e temas comuns - num movimento muito semelhante ao da associação molecular. O tempo de existência de cada grupo dependerá da vontade dos participantes em prosseguir naquele núcleo específico de associação, ou mesmo da capacidade do grupo em manter a dinâmica interacional para além do bate-papo informal (SCHEINER, 2004, p. 254).

Nos anos 70 do século vinte, Duncan F. Cameron (1971) e Jan Jelinek (1975) difundiam a ideia de que um museu é um sistema comunicacional, e com isso defendiam as relações criativas entre museu e público³⁰. Hoje, ainda procuramos compreender como se estruturam, em tempos diferentes, os modos de colecionar e de mostrar, como isto se relaciona com a cultura de cada época e com as diferentes formas de organização dos museus. Diante da sociedade globalizada num mundo conectado vale a questão: **os visitantes vão aos museus para ver o que eles querem ou para ver o que é determinado que vejam?** Para Carvalho,

O público vem *a priori* ao museu para ver as exposições. Os objetos ali expostos foram classificados, estudados e analisados anteriormente na reserva técnica. Foram selecionados para tal exposição pelo que representam estética ou historicamente e, para esta seleção, houve uma busca e a recuperação da informação sobre estes objetos, cujos dados são inscritos nas legendas (ou etiquetas) e textos para a exposição e/ou catálogo. Já os outros sistemas de informação do museu (Arquivo, Histórico e Biblioteca) não expõem seus acervos, mas os têm catalogados, à disposição para busca e recuperação. Cada um destes sistemas tem uma forma própria de se comunicar e tem públicos específicos (CARVALHO, 2007, p. 46).

Neste contexto, as pesquisas de público são importantes para avaliar a transferência da informação aos visitantes. O papel do *Gatekeeper* consagrado³¹ deve ser compartilhado com o indivíduo globalizado, ou seja, o próprio visitante, sendo que este tem o direito de escolher aquilo que deseja admirar, contemplar e absorver do

³⁰ Revista *Museum International* – ICOM. No. 261-264. *Key ideas in museums and heritage* (1949-2004).

³¹ Museólogo, curador, conservador, documentalista, pesquisador, educador e similares.

museu, para além do acervo exposto. A investigação dos museólogos e técnicos deverá ir ao encontro dos anseios do visitante e não dos interesses da instituição, que muitas vezes é ditado pelo momento social, econômico e político.

Cabe assim, aos profissionais da Museologia – e a outros que trabalham com cultura, patrimônio e museus – refletir de modo mais amplo e crítico sobre os temas que configuram seu universo de trabalho, buscando atuar de forma convergente as novas teorias e a prática profissional (SCHEINER, 2015, p. 2)

Será necessário, então repensar o modelo operativo do processo museológico tradicional. A inversão hierárquica do processo é fator determinante para que seja possível este novo modelo. A instituição deverá atender às expectativas do indivíduo – que se torna fator decisivo e sai da posição de espectador, passando para a posição dominante, na qual se apropria das ações de compartilhamento e assume a função de *Gatekeeper*. Em 1999, Castells (p. 51) já sinalizava que, pela primeira vez na história da humanidade, a mente humana é vista como uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo.

Ainda assim, deve-se estar atento ao modo pelo qual essas ‘novidades’ são inseridas nas práticas cotidianas dos museus tradicionais. Isso envolve delicadas e complexas relações de poder entre o que é definido pelas equipes dos museus e as expectativas dos usuários. Cabe lembrar que as relações entre poder e decisão evidenciam um campo de tensões muitas vezes pautado nos interesses de um restrito grupo social. Este campo é tratado por Lyotard como instância de dupla legitimação, ou seja,

a questão da dupla legitimação está longe de se diluir e não pode deixar, por isso, de ser considerada com mais cuidado. Pois ela se apresenta em sua forma mais completa, a da reversão que vem evidenciar serem saber e poder as duas faces de uma mesma questão: **quem decide o que é saber, e quem sabe o que convém decidir?** (LYOTARD, 1979, p. 13). [*grifo nosso*]

Na fala de Lyotard é possível identificar a presença do *Gatekeeper* como um agente de poder da legitimação da ação decisória. Aqui, fica claro que este poder de decisão continua em mãos do museu. Não apenas a opção da multimídia ficará restrita àqueles com tempo e dinheiro para o acesso e aos países e regiões com o necessário mercado potencial, mas também as diferenças culturais/educacionais serão decisivas no uso da interação para o proveito de cada usuário. A informação sobre o que procurar e o conhecimento sobre como usar a mensagem serão essenciais para se conhecer verdadeiramente um sistema diferente da mídia de massa personalizada:

Esse mundo virtual, destilado pela comunicação, permitiria a emergência de um espaço dinâmico de subjetividade coletiva. (...) um novo equipamento coletivo de subjetivação vem-se constituindo, implicando em novas relações sensíveis, cognitivas e afetivas com o real (SCHEINER, 2009, p. 218).

Em 2016 o Museu Dali proporcionou ao visitante (Fig. 13) uma experiência fabulosa a partir da **realidade virtual**³²: a de estar “dentro” (Fig. 14) da pintura de Salvador Dali – Reminiscência arqueológica de Angelus de Millet, 1935.



Fig. 13: Visitante em experiência de Realidade Virtual. The Dali Museum, 2016
Fonte: <http://thedali.org/dreams-of-dali>

Com o aparato tecnológico – óculos de realidade virtual e a produção em computação gráfica da reconstituição da pintura em três dimensões, o visitante pode “mergulhar” no ambiente pictórico e surrealista de Dali. Para além do ambiente bi dimensional e conceitual da pintura, o visitante presencia um cenário não narrado na obra original.

³² Interface entre usuário e sistema operacional, sendo que este vínculo é estabelecido por equipamentos computacionais. O objetivo dessa tecnologia é recriar ao máximo a sensação de realidade para o indivíduo (usuário), o ambiente vivido por ele é totalmente recriado digitalmente. Os equipamentos mais conhecidos e comercializados até o momento da pesquisa-dissertação são os óculos e luvas de realidade virtual.



Fig. 14: Print das telas do vídeo de realidade virtual. *The Dali Museum*, 2016
Fonte: <http://thedali.org/dreams-of-dali>

O visitante “viaja” por dentro das construções inacabadas, está imerso em ruídos, gritos e grunhidos, sons que jamais poderiam ser emitidos pelo suporte original da pintura. Na experiência do Museu Dali, a sensação que o visitante sente é a de um voo sem limites, ele não caminha pelo ambiente de Dali; ele plaina, rodopia e realiza rasantes, flutua para além dos sonhos de Dali – para além dos muros citados por Carvalho:

(...) a ideia atrás deste fenômeno é construir uma extensão digital do museu na Internet, um museu sem muros (...). Ao mesmo tempo o museu virtual vai atingir os visitantes virtuais que podem nunca ter tido a possibilidade de visitar um determinado museu pessoalmente (CARVALHO, 2012, p. 3).

Esse “museu virtual” rompe a barreira da simples classificação institucionalizada para assumir muitas faces frente às possibilidades tecnológicas digitais/virtuais. Ele é “construído sem equivalência no espaço físico, com obras criadas digitalmente, não sendo substituto equivalente ou evolução dos primeiros” (CARVALHO, 2006, p. 132). Mas é o museu tradicional que alimenta a possibilidade de recriar narrativas plurais por diferentes vozes e acessos: o físico e o virtual assumem o mesmo corpo comunicacional.

3.2. Vejo você, você me vê

No Brasil no início dos anos 90, a webconferência³³ assumia um papel comunicacional fundamental na esfera empresarial. Um movimento impulsionado pela globalização e novo modelo comunicacional entre as empresas multinacionais instaladas em territórios estrangeiros. Projetos eram discutidos, discussões e decisões passaram a ser tomadas coletivamente em tempo real e em diferentes localidades. O *App* ou serviço mais difundido nessa época foi a plataforma – “*See you, see me*”. Um *software* capaz de, estando *online*, reproduzir imagem e som em tempo real, interligados em dois ambientes fisicamente diferentes. As salas de reuniões agora estavam conectadas, compartilhadas, ocupando o **mesmo tempo em diferentes espaços**. “Vejo você, você me vê” tornou-se uma potência do deslocamento virtual. Segundo Scheiner,

do ponto de vista da economia mundial esses procedimentos contribuíram para uma aceleração exponencial do processo decisório,

³³ O termo representa a ação de reunir-se ou encontrar-se virtualmente em tempo real através de aplicativos ou serviço com possibilidade de compartilhamento de apresentações, voz, vídeo, textos e arquivos via Internet. Na webconferência, cada participante assiste de seu próprio computador. A webconferência pode ocorrer tanto através de uma aplicação específica instalada em cada um dos computadores participantes, quanto através de uma aplicação web que executa dentro do navegador.

fortalecendo o papel das multinacionais e sua capacidade de interferência nos sistemas econômicos nacionais. No ambiente acadêmico contribuíram para a pluralização de grupos de pesquisa multinacionais e para o desenvolvimento de programas de ensino à distância, em todos os níveis e áreas do conhecimento (SCHEINER, 2016)³⁴.

Naquele momento, estes movimentos ainda estavam restritos apenas ao mundo corporativo, acadêmico e ao âmbito das organizações mundiais; era preciso a popularização dessas tecnologias, ferramentas e utilitários digitais. Mais que isto, era preciso a elaboração de uma **linguagem digital universal** que viabilizasse o fluxo de informações, criando um paradigma único de comunicação para todas as instâncias articuladas nesse processo, oferecendo um roteiro lógico para o intercâmbio. Uma linguagem amigável e intuitiva, que possibilitasse o acesso à informação a partir de uma estrutura comunicacional de diferentes planos. O fluxo comunicacional deixa a linearidade paralela (planos diferentes, falsa sensação de comunicação) - reverberação equivocada, a tenuidade lógica.

Para facilitar a comunicação em meio digital, teria que ser criada uma linguagem essencialmente imagética, a partir de símbolos universais identificáveis em qualquer cultura. Essa linguagem digital universal teria que ser capaz de penetrar qualquer grupo social, ser isenta de qualquer identidade específica, única e inconfundível. Instaurou-se assim a **linguagem digital universal para comandos específicos**, constituída por um conjunto de infográficos mundialmente conhecidos. Quando nos deparamos com tais infográficos (Fig. 15) já sabemos suas funções e para onde eles nos levarão dentro do universo digital/virtual. É dizer que, ao clicar no *play*, uma música, entrevista, vídeo, filme e afins serão reproduzidos digitalmente.

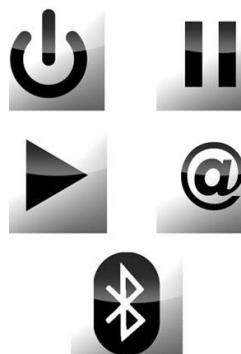


Fig. 15: Infográficos: *on/off*, *pause*, *play*, *e-mail* e *bluetooth*
Fonte: Infographics for Digital Marketers

³⁴ Seção de orientação. PPG-PMUS, 18/02/2016.

Hoje, quando visualizamos o infográfico da 'lupa' sabemos que, ao clicar, algo será pesquisado na grande rede informacional da qual nos apropriamos neste momento (Fig. 16).

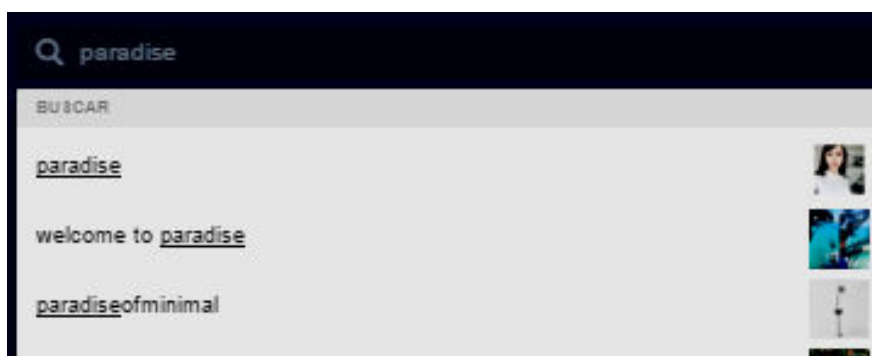


Fig. 16: Campo de pesquisa geral. Infográfico: lupa
Fonte: Tumblr.com

Apropriar-se de uma linguagem simbólica específica garantiu a propagação e popularização em massa deste novo modelo comunicacional.

Esse cenário também se configurou no campo da Museologia. Em 1980, Stránský, em seu texto “Sobre o tema ‘Museologia – ciência ou apenas trabalho prático?’ ”³⁵ delineava os caminhos que o campo da Museologia deveria percorrer para instituir-se enquanto ciência. Um dos pontos primordiais considerados por Stránský para consolidação do campo seria a construção de uma linguagem própria. Era necessária a formação de um **construto léxico que desse conta de todas as camadas que envolviam e envolvem a Museologia**. Trabalhar questões pertinentes à normatização de acervos museológicos é antes de tudo, praticar um exercício de ressignificação da palavra, dos termos, dos conceitos, dos atores e seus elementos de representação e reatualização de processos pertencentes ao território em questão. Alguns anos depois, o estudo das terminologias viria a sistematizar-se no debate internacional sobre a definição de Museu, abrangendo toda a malha léxica que permeia este ambiente.

No âmbito internacional da produção científica do campo da Museologia o Dicionário Enciclopédico de Museologia é obra de referência, compilada a partir de vasto material resultante da pesquisa de um grupo de trabalho multidisciplinar de

³⁵ Stránský, Zbynek Z. 1980. *Museology - Science or just practical museum work?* In: *MuWop – Museological working papers/DOTRAM. Documents de Travail en Museologie*. Tradução de T. Scheiner. Publicado na Revista eletrônica do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-MUS UNIRIO/MAST, 2008.

língua francesa, concentrado na análise crítica da terminologia museológica. Este trabalho é o resultado mais expressivo do projeto permanente de pesquisa Terminologia da Museologia, iniciado em 1993 no âmbito do ICOFOM, sob a supervisão de André Desvallées – e que conta desde 2005 com um desdobramento no NUCLEM³⁶, intitulado *Termos e Conceitos da Museologia*. Com a implantação do PPG-PMUS este projeto foi vinculado ao Programa

No texto introdutório do *Dicionário*, assinado por Desvallées, discorre-se sobre o “O que é um museu?”. Ao longo da publicação apresentam-se verbetes explicativos de alguns termos e conceitos fundamentais para o campo da Museologia, entre os quais: museu – museologia – patrimônio – exposição. Os autores assinalam uma interpretação multifocal, partindo de diferentes pontos. Cada verbete apresenta múltiplas entradas, como segue:

(...) pela abordagem conceitual (museu, patrimônio, instituição, sociedade, ética, museal), por meio da reflexão teórica e prática (museologia, museografia), por seu funcionamento (objeto, coleção, musealização), pelos seus atores (profissionais, público), ou pelas funções que decorrem de sua ação (preservação, pesquisa, comunicação, educação, exposição, mediação, gestão, arquitetura)? Diversos são os pontos de vista passíveis, sendo conveniente compará-los na tentativa de melhor **compreender um fenômeno em pleno desenvolvimento** (...) (DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO, 1993, p. 23). *[grifo nosso]*

Entender o museu enquanto fenômeno, suscetível às expansões territoriais que permeiam deste o construto léxico até sua identidade no corpo social globalizado conduz a Museologia a uma busca constante pela interpretação dos diversos elementos que permeiam o museu. Na sociedade global a nova linguagem capaz de atender a um modelo comunicacional de massa, consolidou a **criação de algumas palavras e expressões apreendidas por um conceito específico e exclusivo do meio digital/virtual**; e outras foram resignificadas. A estrutura léxica, que poderíamos dizer universal, acompanha esse desenvolvimento contínuo, presente no substrato virtual.

³⁶ Núcleo de Estudos e Pesquisas em Museologia, Patrimônio e Turismo, vinculado ao Centro de Ciências Humanas – CCH.da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO.

3.3. Você me vê o que eu não vejo em você e em mim

Nos anos 2000, alguns dispositivos móveis pessoais – celulares, classificados como de alta geração, passaram a oferecer novas possibilidades ao serem combinados com a tecnologia GPS³⁷. A popularização dessa tecnologia permitiu que qualquer pessoa pudesse se localizar no planeta com uma precisão nunca antes imaginada. Novamente a virtualização rompe importantes paradigmas, desta vez de ordem espacial e relacional, como a localização geográfica e a distância entre pessoas. **O espaço físico prolonga-se para o mapeamento digital.** É dizer que a relação/distância geográfica entre pessoas passa a ser uma possibilidade de conexões entre pontos e uma potência comunicacional. A comunicação digital rompe as barreiras corporativas e institucionais e insere-se na vida comum de pessoas comuns. O então denominado “usuário” é imerso em novo conceito de *navegação*. É possível a interrelação entre usuários, visto que sua localização em tempo real é um ponto referencial, capaz de estabelecer e delimitar camadas comunicacionais:

é bem verdade que as mídias e as novas tecnologias instauraram um novo ambiente comunicacional, onde as **articulações praticamente independem do meio geográfico**. Mas, ainda que o volume dos fluxos de informação que transitam por cabos ou satélites cresça mais depressa do que a produção ou comércio mundial, fazendo-nos imaginar que toda a cultura contemporânea se caracterize como a cultura do ‘não-lugar’, não se pode prescindir do domínio geográfico: sem dúvida, habitamos algum lugar no espaço, e é nele que desenvolvemos nossas práticas cotidianas (SCHEINER, 2004, p. 82) *[grifo nosso]*

Podemos interpretar essas **articulações** como superfícies que estabelecem a junção de dois ou mais movimentos interligados por um único ponto, um nó ou intersecção de contato. Em 2005 Peter Van Mensch, em seu artigo “Museus do Futuro”³⁸ comenta que a tecnologia moderna parece oferecer novas possibilidades não só para **aumentar o acesso e a interpretação**, mas também para fazer uma ponte entre memória histórica e memória coletiva, sem que a memória coletiva seja alienada (“roubada”) daqueles a quem pertence. Cerca de uma década depois, apropriando-nos da atmosfera que envolve o indivíduo globalizado, podemos dizer que Mensch se

³⁷ Trata-se de um elaborado sistema de satélites e outros dispositivos que tem como função básica prestar informações precisas sobre o posicionamento individual no globo terrestre. O cálculo é feito comparando o tempo em que o sinal foi enviado com o momento em que ele foi recebido. Considerando que a radiofrequência viaja na velocidade da luz e aplicando algumas correções, é possível determinar a distância exata entre o receptor e o satélite. Cruzando essa informação com a de três outros satélites – trilateração – na área, obtêm-se a posição do receptor. Além da latitude e longitude, o sistema de trilateração também permite saber a altura do receptor em relação ao nível do mar.

³⁸ Artigo baseado na palestra proferida no encontro “Museus do Futuro”, Copenhagen, em 13 de julho de 2005 e publicado originalmente no *Nordisk Museologi* 2005 (2): 17-27.

referia ao **conceito virtual do compartilhamento social**. O indivíduo globalizado projeta-se virtualmente a partir do deslocamento do recorte da realidade por ele definido. Sua capacidade de gerenciamento plural dos seus muitos eu's organizados de forma não linear e acoplados à lógica da virtualidade, lhe garante o domínio sobre determinados grupos.

As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTICs são um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si que proporcionam, por meio das funções tecnológicas, a interatividade e o compartilhamento da informação. São mediadoras dos processos informacionais por meio da digitalização e da comunicação em redes de telecomunicações e similares, para a captação, transmissão, cruzamento e distribuição da informação. Com seu desenvolvimento e popularização, as práticas comunicacionais dos museus são colocadas em questão e de certa forma em posição de ameaça, pois se deparam com a **autonomia virtual do visitante**. A experiência vivida dentro do museu – no espaço de exposições e com os objetos musealizados nelas expostos, ganha outra dimensão: a **reverberação virtual**. Na plataforma virtual *Instagram*, as imagens e legendas são postadas por seus autores, isentas de qualquer controle de conteúdo. Sociedade civil e instituições são responsáveis por seus perfis e administram seus conteúdos independentemente de mecanismos de controles dessas informações e imagens em escala social.

Carvalho (2007, p. 14), ao analisar o ponto alto na transformação da interação comunicativa e de informação provocada pela popularização da Internet, afirma que, “através dessa nova ferramenta, o usuário experimenta uma **nova autonomia frente a um mar de informações**, por intermédio da ‘rede das redes’” [*grifo nosso*]. Essa autonomia permitiu ao indivíduo recriar o museu, a exposição, o objeto e se apropriar de um vocabulário específico que explicita essas novas relações no âmbito das redes sociais. A resignificação de termos e conceitos nasce no virtual e se propaga para o meio social. Grandes ícones da história da arte tornam-se **elementos visuais virtualmente manipuláveis e hospedeiros das infinitas releituras do indivíduo globalizado** – o que se apropria de uma linguagem específica e ‘brinca’ com estes elementos, assinando uma nova obra, a obra-prima digital onde a autoria transita entre o anonimato e o perfil instituído.

Em 2014 o Google³⁹ anunciou um novo produto para plataforma virtual: o Projeto Tango. Trata-se de um *App* (Fig. 17) que consegue mapear o mundo à sua volta em 3D e, com isso, representa um grande potencial de expansão para a **realidade aumentada**⁴⁰ – AR. Ele foi criado pensando no mapeamento do ambiente. Isto quer dizer que tanto seu *hardware* quanto seu *software* foram otimizados para **captar o mundo**, utilizando uma série de sensores e conseguindo fazer milhões cálculos em tempo real, para criar um modelo 3D do lugar com a ajuda de duas câmeras: uma de quatro *megapixels*, outra que rastreia movimentos; e um sensor de profundidade.

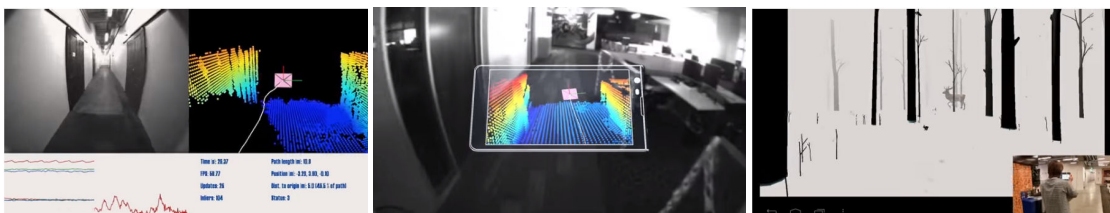


Fig. 17: Google's Project Tango – Projeto Tango. *Say hello to Project Tango!* - 2014
Fonte: <https://vimeo.com/154663642>

O usuário passeia pelo ambiente portando de seu celular/smartphone; o Projeto Tango inicia o mapeamento 3D desse espaço e a partir desse mapeamento é possível idealizar diferentes situações como, por exemplo, fazer um mapeamento rápido da sua casa antes de comprar móveis; criar um mapa dentro de edifícios grandes; ou até ajudar deficientes visuais a andar em locais desconhecidos sem a ajuda de alguém.

Aliar tecnologias digitais/virtuais como esta ao campo da Museologia é proporcionar aos profissionais de museus uma dimensão de práticas museológicas jamais imaginadas. Estudar as várias formas sobre como pensar o espaço do museu,

³⁹ O Google surgiu no ano de 1998, como uma empresa privada, e com a missão de organizar a informação mundial e torná-la universalmente acessível e útil. O Google hospeda e desenvolve uma série de serviços e produtos baseados na *Internet*. O termo Google tem origem na matemática, *google* vem de *googol*, que é o número 10100, ou seja, o dígito 1 seguido de cem zeros. O *googol* não tem qualquer utilidade, a não ser para explicar a **diferença entre um número imenso e o infinito**, e devido a sua magnitude, os fundadores da empresa Google resolveram adaptar o termo para dar o nome a sua empresa. O Google é executado através de mais de um milhão de servidores em *data centers* ao redor do mundo e processa mais de um bilhão de solicitações de pesquisa e vinte *petabytes* de dados gerados por usuários todos os dias. A empresa oferece *softwares* de produtividade online, como o e-mail Gmail, e redes sociais, como o Google+. O Google também possui produtos como o navegador Google Chrome, o programa de organização de edição de fotografias Picasa, o Google Tradutor e o aplicativo de mensagens instantâneas Google Talk. Atualmente, o Google também lidera o desenvolvimento do sistema operacional móvel para smartphones Android, usado em celulares.
<https://www.google.com/intl/pt-BR/about/company/>.

⁴⁰ Ao identificar e reconhecer o usuário, a partir do geolocalizador e seu perfil virtual, essa tecnologia permite que o mundo virtual seja combinado/sobreposto visualmente com o “real”, atual. A ação é realizada em “tempo real”, possibilitando maior interação e abrindo uma nova dimensão visual e temporal.

desde as reservas técnicas às salas expositivas, nos projeta em direção a uma malha de elementos que complementarão o poder de legitimação da ação decisória, tomando outra dimensão, assumindo um ambiente informacional compartilhado. O até então considerado *Gatekeeper* consagrado passa a compartilhar com outros profissionais do próprio campo suas práticas e decisões; e estabelece novos compartilhamentos com outros campos.

Na prática, o Museu Nacional de Arte da Catalunha participou, em fevereiro de 2016, de uma demonstração realizada pelo Google e a Lenovo – empresa de *gadgets* –, onde o objetivo era mostrar o quanto é fácil e enriquecedor uma visita às salas expositivas a partir do olhar do Projeto Tango. Com esta ação provou-se a aplicabilidade da realidade aumentada dentro do museu. O visitante (Fig. 18) tem acesso a outros conteúdos além dos oferecidos no espaço expositivo, navega por esse ambiente em tempo real, coletando novos dados que ali estão disponíveis, penetrando nas camadas informacionais da virtualidade – a arqueologia digital.

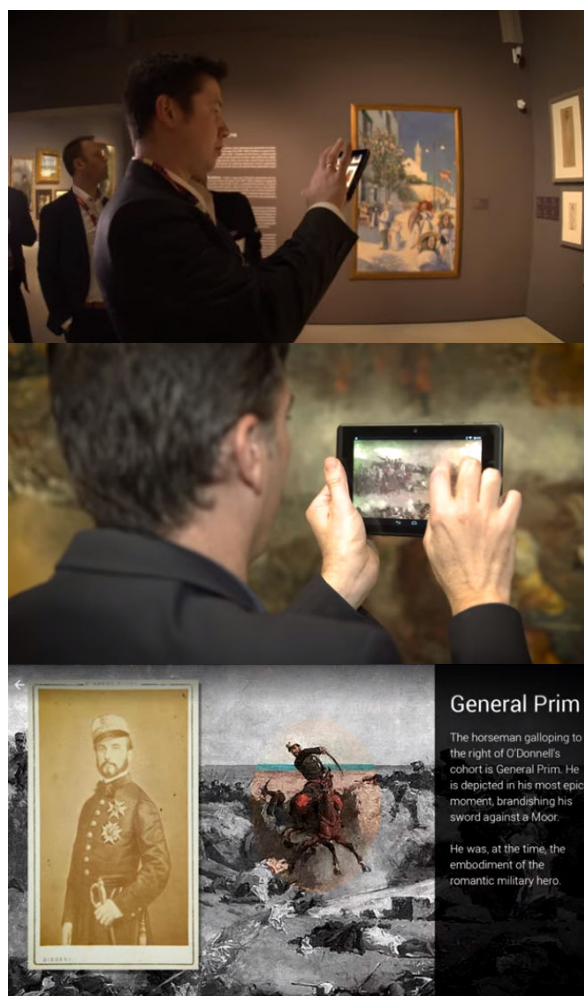


Fig. 18: Google's Project Tango museum tour. Museu Nacional de Arte da Catalunha, 2016
Fonte: <http://www.idg.tv/video/62584/googles-project-tango-museum-tour>

Podemos dizer que a experiência dentro do ambiente tradicional do museu – envolta por textos, obras simetricamente posicionadas e, em alguns casos, cronologicamente distribuídas, etiquetas explicativas, iluminação e elementos interativos trabalhando a favor das sensações de imersão a outras realidades – agora passa a estar relacionada aos artefatos tecnológicos digitais/virtuais, como uma espécie de prolongamento virtual. Os “braços virtuais” de Lévy, até então tratados como algo do devir, se expandem, **são capazes de se comunicar simultaneamente com um e muitos, assumem a potência de tentáculos virtuais.**

Dessa forma podemos perceber que os mais variados modelos de trabalho e de práticas executadas pelos profissionais de museus, até então definidos por *gatekeepers* consagrados, nesse momento são imersos em novas possibilidades comunicacionais. Os elementos informacionais que esses profissionais reuniram e reúnem ao longo das práticas museológicas ligadas ao objeto musealizado, que extrapolam os modelos comunicacionais tradicionais até então praticados, se descolam da atmosfera exclusivamente técnica e ganham nova autonomia, assumindo uma fala virtualmente compartilhada e replicada a cada clique.

Hoje, o sincronismo tecnológico alcançado entre *hardware*, *software*, inteligência artificial, realidade virtual e aumentada proporciona ao museu tradicional a possibilidade de “*mutacionar-se*” de assumir sua face virtual, observada por Deloche:

(...) ciertos museos contemporáneos, asumiendo esta competencia de los medios, han descubierto un rol nuevo: en lugar de repetir la forma sensacionalista en que los medios exhiben sus contenidos, los sitúan a una cierta distancia y los utilizan como objeto de reflexión, provocando así la interrogación del público. Ésta es una orientación posible para el futuro del museo institucional: de gestor de la cultura occidental, como ha sido hasta ahora, tiende a convertirse hoy día, simultáneamente, en herramienta interactiva y observatorio de fenómenos sociales. La mutación es, por tanto, considerable⁴¹ (DELOCHE, 2005, p. 21).

Em 2010 o artista holandês Sander Veenhof propôs uma exposição para o *Stedelijk Museum*, em Amsterdã, onde o espaço expositivo seria invadido por uma

⁴¹ Tradução: certos museus contemporâneos, assumindo esta competência com os meios, descobriram um novo ambiente: ao invés de repetir de forma sensacionalista onde os meios exibem seus conteúdos, se situam de certa forma distante e os utilizam como objeto de reflexão, provocando assim o questionamento do público. Esta é uma orientação possível para o futuro do museu institucional: de gestor da cultura ocidental, como tem sido até o momento, a tendência de se transformar, simultaneamente, com ferramenta interativa e espaço para observação dos fenômenos sociais. A mutação é, por tanto, considerável.

simulação de exposições de *QR codes*⁴² (Fig. 19). Era tratada a máxima da potência de uso do *QR code* como substituto do objeto musealizado.



Fig. 19: Proposta de exposição. Sander Veenhof. Stedelijk Museum, Amsterdã, 2010
Fonte: <http://www.idg.tv/video/62584/googles-project-tango-museum-tour>

No mesmo ano, dois artistas visuais até então desconhecidos decidiram invadir o MoMA, em Nova York, e expor seus trabalhos nos seis andares da renomada instituição. A ocupação, planejada durante semanas pelo holandês Sander Veenhof e pelo americano Mark Skwarek, foi batizada com um nome desafiador — "WeARinMoMA" — e aconteceu de forma silenciosa. Gerada de forma virtual, a invasão usou a realidade aumentada e à distância, via GPS: a dupla de artistas acionou comandos de informática e fez com que dezenas de peças tridimensionais produzidas por eles e por outros 30 artistas convidados surgissem na tela dos celulares e *tablets* de quem circulava pelo MoMA naquele dia.

Para vê-las, bastava que os aparelhos estivessem conectados a um *App* que estava disponível de forma gratuita na internet. E, como o grupo já havia alardeado nas redes sociais que faria uma intervenção no museu, muitos visitantes haviam baixado o programa e estavam conectados a ele. Quando os visitantes apontavam seus *smartphones* e *tablets* para os *QR codes*, eram remetidos a um site em que liam mais sobre o hominídeo paleolítico e onde podiam simular seus rostos como sendo um deles – cheios de pelos. As imagens podiam ser (e foram amplamente) compartilhadas na Internet. O museu contabilizou em fama e em publicidade. O *QR code* tornou-se uma ferramenta virtual de grande ressonância para os museus, principalmente porque

⁴² Das siglas: *Quick Response Code* (Código de resposta rápida) é um código que pode ser facilmente escaneado utilizando um *smartphone*. Ele permite a obtenção de informações que estão na Internet, sendo necessário apenas o uso de um aplicativo de leitura.

é gerado via Internet, de graça. Os profissionais de museus deverão apenas reunir e/ou gerar conteúdos que serão associados a cada *QR code*.

Do outro lado do planeta o *Sukiennice Museum*, na Cracóvia, foi mais longe e deu vida virtual a alguns de seus quadros. Para tanto, contratou atores locais que, vestidos e maquiados a caráter, transformaram a cena das telas em pequenos teatros virtuais. O burburinho em torno do *App* chegou à Internet e à televisão polonesa e rendeu ao museu um aumento de 20% em sua visitação, aproximando a arte polonesa do século XIX dos jovens. Eis aí um exemplo da pluralidade apresentada por Scheiner:

O advento do conceito pluralista de Museu e de Patrimônio – hoje apreendidos, ambos, como múltiplos de múltiplos, ou conjuntos de totalidades – tornou necessário redimensionar os papéis e responsabilidades dos museus e dos profissionais que a eles se dedicam; e gerou a necessidade de repensar as articulações entre as sociedades, o que elas identificam e valorizam como patrimônio e o conceito de desenvolvimento (SCHEINER, 2015, p. 12).

Na sociedade global, essas articulações se apresentam virtualmente em ato: ao inserir dezenas de peças virtuais, conectamos pessoas a uma infinidade de possibilidades criativas ligadas à realidade aumentada e provamos que já não há fronteiras que não possam ser cruzadas.

O artista gráfico Leo Caillard representa a nova geração de artista emergente do universo virtual. Suas técnicas gráficas transitam pela fotografia de sobreposição, tecnologia e imaginação, suas imagens meticulosamente trabalhadas combinam um entrelaçamento delicado entre o atual e o histórico. Caillard nos convida a redescobrir e questionar nosso ambiente social, com uma leveza de toque, humor e sensibilidade. Sua série "No Museu", de 2015 (Fig. 20) foi amplamente vista *online*, o corpo desse trabalho atribui novos significados às figuras clássicas da extensa coleção de pinturas do Museu do Louvre. O espectador é convidado a "substituir" essas pinturas por imagens do seu ciclo familiar. O espaço do museu, seus espaços de exposições tornam-se um grande álbum de fotografias de família daqueles que, em seu anonimato, passam a assinar as grandes obras clássicas do museu tradicional.

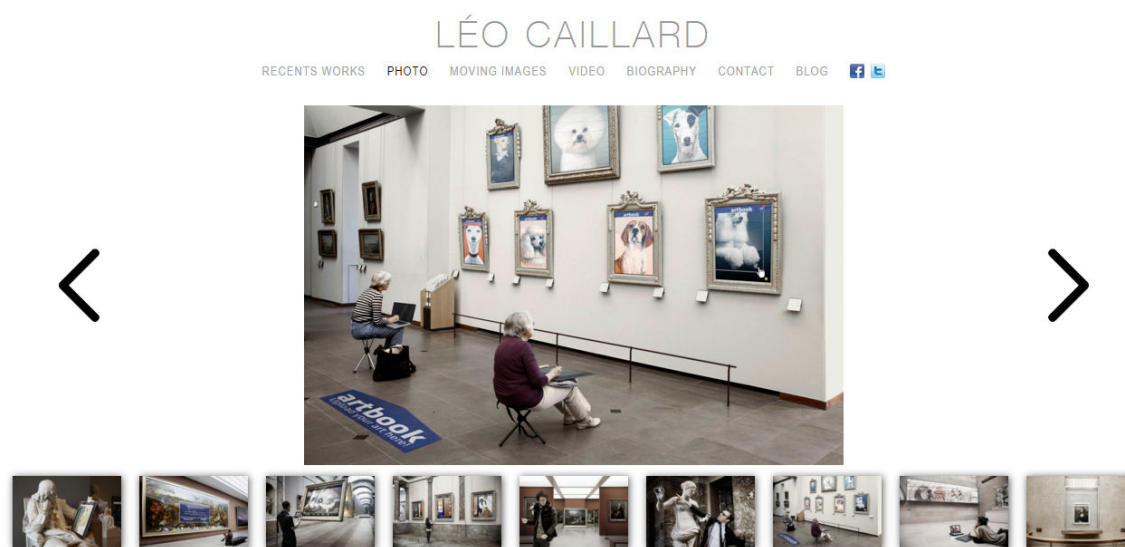


Fig. 20: Proposta exposição manipulação virtual. Léo Caillard, 2015
Fonte: <http://www.leocaillard.com/>

As imagens mostram como o mundo digital está mudando o jeito de se consumir arte, inserindo propaganda no âmbito dos museus e desordenando a organização de mostras de arte em espaços consagrados. Um ponto em comum nas imagens é que as pessoas que apreciam a arte estão sempre com celulares, notebooks, ou qualquer *gadget* tecnológico que permita saber mais sobre as tais obras. Para o artista, “Temos a compulsão de sempre se estar conectado, mesmo em momentos particulares, como durante a apreciação de uma pintura” (CAILLARD, 2015)⁴³.

3.4. Reverberação virtual – manifestações do fenômeno *Gatekeeper*

Pensar o museu como um complexo de protocolos de comunicação entre diferentes identidades é assumir a Museologia em sua forma híbrida, capaz de interagir e se mimetizar aos mais diversos processos comunicacionais. O ambiente virtual torna-se a grande malha de possibilidades do *vir a ser* como fato consolidado, um recorte virtual, uma forma do presente já passado. Neste processo, o indivíduo globalizado a cada instante se apropria de novas possibilidades e diferentes identidades:

(...) a humanidade tem existido em um ambiente simbólico e atuado por meio dele. (...) a realidade, como é vivida, sempre foi virtual porque sempre é percebida por intermédio de símbolos formadores da prática com algum sentido que escapa à sua rigorosa definição

⁴³ <http://www.leocaillard.com/>

semântica. É exatamente esta capacidade que **todas as formas de linguagem tem de codificar a ambiguidade e dar abertura a uma diversidade de interpretações** que torna as expressões culturais distintas do raciocínio formal/lógico/matemático. É por meio do caráter polissêmico de nossos discursos que a complexidade a até mesmo a qualidade contraditória das mensagens do cérebro humano se manifesta (CASTELLS, 1999, p. 41). *[grifo nosso]*

O *Instagram* surge da concepção de fotografias feitas no espaço/tempo do agora: é um *App* que permite aos usuários o compartilhamento destas imagens para toda a rede. Atua como uma rede social *online* de compartilhamento de foto e vídeo que permite aos seus usuários tirar fotos e vídeos, aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*. Uma característica distintiva é que ela limita as fotos para uma forma quadrada, semelhante ao *Kodak Instamatic* e às fotos de câmeras Polaroid, em contraste com a proporção de tela de 16:9, agora tipicamente usada por câmeras de dispositivos móveis. Os usuários também são capazes de gravar e compartilhar vídeos curtos com duração de até 15 segundos. O conceito dessas imagens contempla a significação do indivíduo em seu cotidiano, suas experiências de vida, de viagem, seus gostos e pensamentos. Contempla também a possibilidade desse sujeito assumir uma linguagem artística de suas próprias fotografias, devido à aplicação de filtros e efeitos que transformam essas imagens plasticamente artísticas. A fotografia instantânea, possibilitada por esse *App*, se tornou um dos principais dispositivos para se experimentar algo, bem como para materializar a participação do indivíduo em determinada vivência. Fotografar, aqui, é testemunhar a mortalidade e vulnerabilidade de outra pessoa (ou coisa), pois se faz um recorte de um momento da vivência daquele ser, congelando-o e materializando-o para que, futuramente, tenha-se memória do acontecimento. Na conjuntura da sociedade global, a fotografia não representa apenas um elemento da tecnologia virtual/digital, mas também novas formas da sociedade constituir diferentes modos de uso da fotografia, para uma nova leitura das experiências nos espaços destinados, muitas vezes, a momentos de socialização – como trabalho, lazer e entretenimento.

Neste sentido, essas imagens instantâneas seriam empregadas para alargar a visão para além do literal, permitindo assim, o simbólico, o impressionista, a imaginação, a ironia, o surreal e o desafio de ampliar o diálogo entre o real e o que se apresenta na divulgação de determinados locais. O ato de fotografar pela objetiva do *Instagram* determinou uma nova experiência única virtual/digital coletiva, essencial para a materialidade de algo. Esta experiência tornou-se inesquecível para o indivíduo,

devendo ser compartilhada para além de seu restrito ciclo social, ampliando-se à esfera mundial/virtual – a rede das redes. Ganha força e amplitude, pois é impregnada das vivências, experiências e até mesmo de sentimentos de um incontável número de indivíduos. Essas imagens convertem as experiências intangíveis em algo tangível, que pode ser apreciado por aqueles que não as vivenciaram em tempo e espaço reais.

Benjamin (1985) comenta que as imagens fotográficas colocam a sociedade frente a um mundo estranhamente inédito, imerso e disperso no aparentemente sempre visto: uma fotografia não pode ser considerada uma reprodução do real, uma representação fiel do que se encontra na realidade, devido a sua apresentação ser sempre distinta do que era antes para os olhos. O indivíduo globalizado, através da fotografia, considera a representação da sua vivência, tida em um único tempo e espaço, um estímulo à propagação virtual com outras pessoas e grupos, dito por Barthes como uma repetição mecânica: “o que a fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente” (1980, p. 15). **O que temos agora é a repetição virtual, mas ela não se apresenta como mera cópia a partir de uma matriz, mas como sobreposições infinitas de novas interpretações de muitos sujeitos.**

Ao analisarmos o perfil do *Instagram* do Museu de Arte de São Paulo – MASP, denominado – *masp_sp* – realizamos um recorte de duas postagens (Fig. 21 e 22) realizadas em 2015 e 2016. O conteúdo tem como elemento principal a exposição *Acervo em transformação - a coleção do MASP de volta aos cavaletes de cristal de Lina Bo Bardi*. Essa exposição apresenta a retrospectiva da mostra de 1968, realizada para a abertura da atual sede do museu e desmontada em 1996. Podemos observar a presença do visitante que se mimetiza a toda a estrutura em que a obra se encontra.



Fig. 21 e 22: Postagem Museu de Arte de São Paulo – MASP, 2015 e 2016
Fonte: Instagram. Perfil: masp_oficial

O visitante é parte da obra, uma obra que não mais se restringe ao suporte físico. Ela se completa em meio digital e estabelece sua conexão com o indivíduo por meio de seus compartilhamentos na “rede das redes”. Esta nova composição espacial – ou seja, a obra, o espaço do museu, a exposição e o visitante – é replicada em meio digital, se propaga virtualmente, como podemos observar nos *likes* recebidos. Esses *likes* significam que no momento em que a imagem foi postada até o momento em que a visualizamos, foram lançados 1.519 e 1.817 “coraçõezinhos”. Isto significa que as relações entre usuário e imagem se dão para além da simples visualização, ou seja, o usuário apenas “olha” a postagem. Aqui devemos observar que o *Instagram* não oferece um mecanismo de controle quantitativo: a informação de quem e quantos visualizaram é invisível – na verdade o usuário manifestou seu interesse, seja estético ou informacional, pela postagem.

Essas postagens instauram a dinâmica da reverberação interpretativa, onde o indivíduo globalizado é *Gatekeeper* desse processo digital/virtual e museu é o grande *gateway* desse fluxo imagético: ele oferece a esse visitante um mundo de possibilidades visuais e comunicacionais. Deloche afirmava, acerca da grande revolução dentro das exposições, ao serem inseridos em seus conjuntos e elementos comunicacionais as ferramentas de virtualidade:

*Los nuevos medios han revolucionado la exposición. Se ha dicho muchas veces, los nuevos medios **crean una nueva relación entre el espectador y las colecciones**, porque es muy diferente medir las salas de un gran museo, perderse en el laberinto de las salas y los corredores, y visitar el “Louvre virtual” tranquilamente sentado en su sillón. Esta diferencia no reside simplemente en las condiciones materiales, sino también en la naturaleza de la visita, la rapidez de acceso a la imágenes, el carácter impalpable de los objetos museales (aún en 3 D), **la flexibilidad del desplazamiento**. Por lo tanto, **lo que ha cambiado es nuestro modo de relacionarnos con los objetos, porque esta relación se ha tornado también virtual**. Si el museo tiene por tarea especialmente presentar las colecciones de manera sensible, en lo sucesivo puede hacerlo tanto en concreto como virtualmente⁴⁴ (DELOCHE, 2005, p. 4). [grifo nosso]*

O espaço físico do museu, sua concepção expográfica são envolvidos na dinâmica do visitante (Fig. 23): já não se trata mais de um espaço estático ou até

⁴⁴ Tradução: Tem sido dito muitas vezes, novas mídias criam uma nova relação entre o espectador e as coleções, porque é muito diferente trabalhar as grandes salas dos museus, perde-se em uma espécie de labirinto nas salas e corredores, e visita-se o “Louvre virtual” estando apenas sentado em silêncio em sua cadeira. Esta diferença não está simplesmente nas condições materiais, mas também na natureza da visita, a velocidade de acesso para as imagens, à natureza impalpável de objetos musealizados (mesmo em 3D), a flexibilidade de movimento. Então, o que mudou é a nossa maneira de se relacionar com os objetos, porque essa relação tornou-se demasiado virtual. Se o museu tem a tarefa de apresentar suas coleções de forma sensível, conseqüentemente poderá fazer as duas coisas concretas e virtualmente.

mesmo de um campo de interpretações que parte apenas da obra de arte, ou de um pequeno grupo de profissionais que o idealizaram. Ele assume neste momento uma identidade como **espaço de articulações comunicacionais em que o visitante provoca instabilidade na até então existente linearidade da exposição.**



Fig. 23: Foto realizada em visita ao MASP - 10/03/2016
Fonte: Karina Muniz Viana

O indivíduo globalizado vê o espaço do museu verdadeiramente como uma “obra aberta”. É a apropriação da tecnologia digital/virtual que recria novas concepções visuais e perceptuais deste espaço; e **é no momento do compartilhamento virtual que se consolida a Museologia de conectividade híbrida.** Para esse indivíduo o processo de empoderamento das práticas museológicas, muitas vezes realizado de forma inocente, lhe proporciona um prazer de exercício intelectual e sensorial de grande potência, fazendo-o sentir e viver esse espaço para além do real. É na busca pela interpretação, a partir de suas experiências pessoais ou coletivas e na observação dos elementos musealizados – objetos, instalações, arquitetura –, que ele se integra a este meio musealizado e passa a fazer parte desse todo, um todo que se resignifica a cada novo compartilhamento.

*A pesar de la posibilidad que se nos dio de volver atrás y **cambiar en todo momento de itinerario**, el espacio que se despliega delante de nosotros está pre-condicionado, como también el conjunto de las elecciones que se nos proponen. **Nos encontramos entonces frente a un mundo paralelo**, es decir, un mundo real y completo, con su modo original de aprehensión sensorial y su lógica propia, sus procesos de jerarquización y de selección⁴⁵ (DELOCHE, 2005, p. 6). [grifo nosso]*

⁴⁵ Tradução: Apesar da possibilidade de voltarmos atrás e trocarmos a todo o momento o percurso da exposição, o espaço que se descola diante de nós está pré-condicionado, bem como o conjunto de elementos que nos apresentam. Deparemos-nos, então, em um mundo paralelo, podemos dizer que o

O espaço do museu integra-se a um espectro comunicacional onde o indivíduo globalizado exerce seu poder de penetração nestes mundos paralelos. Ele representa o elo entre essas realidades e as interpreta de forma muito peculiar à suas narrativas pessoais. Uma apropriação que lhe permite ser livre e dar voz ao próprio objeto musealizado. A obra (Fig. 24) se expande para o universo digital/virtual, replicando a potência pictórica dos olhos da obra de Portinari refletida pela objetiva do smartphone.



Fig. 24: Postagem #museum, #museumselfie. 2016
Fonte: Instagram. Perfil: museucasadeportinari

Pensemos: em que momento anterior na História teria sido possível presenciar a Gioconda⁴⁶ (Fig. 25) tirando seu *selfie* de forma despretensiosa, sobre a ponte de Munch e em três planos de fundo: Moça com o Brinco de Pérola⁴⁷; e O grito⁴⁸ – todos sob o céu de Van Gogh?⁴⁹. Em que momento veríamos a Gioconda com um de seus braços descruzados e a Moça com brinco de pérola fazendo o sinal de paz e amor? O grito ainda permanece em estado de choque, mas agora é um susto entre realidade e virtualidade ocupando o mesmo espaço, o espaço virtual/digital. Diferentes séculos compartilhando o mesmo tempo virtual em uma mesma imagem digital.

mundo real e completo, com seu modelo original de apresentação sensorial e sua própria lógica, seus processos de hierarquia e seleção.

⁴⁶ DA VINCI, Leonardo. Mona Lisa del Giocondo – Pintura, 1503-1517. Museu do Louvre, Paris

⁴⁷ VERMEER, Johannes. Moça com o brinco de pérola – Pintura, 1670. Museu Mauritshuis, Haia

⁴⁸ MUNCH, Edvard. O grito – Pintura, 1893 – Galeria Nacional, Oslo

⁴⁹ VAN GOGH, Vincent. A noite estrelada – Pintura, 1889. MoMA, Nova York



Fig. 25: Postagem #museum, #museumselfie. 2015
Fonte: Instagram. Perfil: museum

Nesta manipulação de sobreposições de imagens dos ícones da História da Arte clássica, a Gioconda assume o controle do enquadramento da cena, um recorte de realidade – tema este trazido por Philippe Dubois em 1990, em sua obra “O Ato Fotográfico”. Primeiramente o autor reconhece a fotografia como espelho do real, pautado no discurso da mimese⁵⁰, em que o efeito de realidade encontrado se dá graças à semelhança entre o equipamento mecânico/fotográfico e a imagem real, ou seja, o seu referente. A partir de então, tentou-se mostrar que a fotografia não é um espelho neutro, mas que é utilizada como um instrumento **de transposição, de análise, de interpretação e até de transformação do real**. Já o corte temporal produzido pelo ato fotográfico trata da redução do transcurso do tempo a um simples instante, o que é conhecido como **instantâneo**. Mas a partir deste momento a superação desta temporalidade, deste ponto no tempo que é cortado tem a sua perpetuação: **o que aconteceu somente uma vez fica registrado para sempre**.

⁵⁰ Ernest Gombrich opõe-se ao conceito de mimese como imitação da natureza, que fundamentou todo o desenvolvimento da arte ocidental. Para Gombrich a "mimese" não existe. Segundo este autor a distinção se dá entre representações conceituais, baseadas no conhecimento; e representações miméticas, baseadas na **percepção**.

Na obra fotográfica de Michael Snow, “*Authorization*” de 1969 (Fig. 26), Dubois diz que,

“descrever essa obra não é fácil, justamente porque não é simplesmente uma imagem, uma foto, mas, antes, um dispositivo (uma *instalação*, para retomar um termo da arte contemporânea) que coloca em situação, de acordo com uma estratégia complexa que vou descrever: o fotógrafo e o observador” (DUBOIS, 1994, p. 16).



Fig. 26: Michael Snow, *Authorization*, 1969

Fonte: Digitalização do livro “O Ato Fotográfico” de Philippe Dubois, 1994, p.13

À primeira vista, tudo parece muito simples: um espelho com moldura de metal no qual foram coladas cinco fotografias polaroide em branco e preto: uma bem ao alto, no canto esquerdo do espelho, as quatro outras unidas no centro de maneira a formar um retângulo, e este enquadrado por quatro pedaços de fita autoadesiva colados no espelho. É claro que o efeito de simplicidade artesanal desse dispositivo desaparece de uma só vez e dá lugar ao fascínio, a partir do momento em que se percebe, ao observar com atenção as cinco fotografias do espelho, as imagens que se apresentam em sobreposição umas às outras. Estas devem ser ‘lidas’ de fato segundo uma progressão cronológica estrita: por um lado, são o registro de uma séria pré-ordenada de acontecimentos que ocorreram no espelho, em seu próprio lugar, no retângulo central delimitado com adesivo; por outro, os acontecimentos narrados são justamente os que fazem a obra tal como a vemos. Dubois nos provoca ao dizer:

Vê-se bem o que está em jogo nesse dispositivo: um problema de tempo e de inscrição, um problema de sujeito e de máscara, um problema de morte e de dissolução. Há duas imagens e duas temporalidades. Há o espelho, que oferece uma representação sempre direta, que sempre remete unicamente ao aqui-agora em curso, ao presente singular de quem está se olhando (se vendo e sendo visto). Há a foto sempre adiada, que remete sempre a uma anterioridade, a qual foi detida, congelada em seu tempo e seu lugar. O autorretrato irá funcionar a partir da tensão entre esses dois universos (DUBOIS, 1994, p. 23).

Em outras palavras, as cinco fotos polaroide restituem-nos a história da obra ao mesmo tempo em que a fazem. **São ao mesmo tempo o próprio ato e sua memória.** Por isso, pela simples observação das fotografias, o visitante (Fig. 27) pode desmontar a fabricação da obra, a recepção é aqui a inversão exata da produção: **reversibilidade dos processos – aquele que contempla a obra compõe a obra.**



Fig. 27: Visitante e *selfie* com a obra de Michael Snow, *Authorization*, 1969
Fonte: Galeria Nacional do Canadá – Ottawa – 2015

Retornando ao *selfie* da Gioconda: a imagem como um todo, um todo digital, nos oferece visualmente o ambiente completo, ou seja, aquele ocupado por esses ícones e aquele recortado por Gioconda; mas é no artefato que ela segura na mão esquerda - o celular, que encontramos a manifestação do ato fotográfico, ou seja, o recorte da realidade, aquilo que se deseja fixar no tempo. Se anteriormente o ato fotográfico excluía o que não foi registrado, impresso, agora todos os ambientes poderão compor uma mesma imagem. **Esta imagem digital não tem fronteiras, os limites visuais se definem na decisão daquele que as gera virtualmente.**

O indivíduo globalizado não mais se satisfaz plenamente dentro do museu tradicional. Nesse espaço ele vive uma experiência sensorial e imaginante, mas é em sua projeção virtual que se completa, assumindo o papel de *Gatekeeper* compartilhando sua experiência, expandindo-a de forma agregada a outros elementos visuais e do seu próprio corpo. Do emocional do indivíduo globalizado, agora ele fabrica e manipula esse potencial de imersão na obra, que se dá visual, digital e virtualmente. Recria e replica a obra. A obra-prima clássica e consagrada passa a fazer parte de um recorte de virtualidade e se desdobra em novos significados e compartilhamentos. **A reverberação virtual se expande a cada compartilhamento, seu tempo se renova e se reinterpreta a cada *clique*, a cada *like*⁵¹.**

A formação de um museu de arte moderna na década de 1920, em um cenário político e econômico conturbador, apresentou muito mais que um desafio social: um desafio para a construção de uma identidade artística norte americana. Em 1929, com a fundação do Museu de Arte Moderna de Nova York – MoMA, Alfred H. Barr Jr., intelectual e apreciador das artes, foi convidado a dirigir e a “pensar” a coleção desta promessa de grande museu. De suas primeiras propostas de exposições de fotografia, com temas universais; e passando pela formação de sua coleção fotográfica até a produção de fotógrafos contemporâneos, buscou inspiração nas correntes criativas, como o fotógrafo Alfred Stieglitz, seu amigo de discussões artísticas, influenciando a construção de um discurso visual, tecnológico e social.

Stieglitz utilizou a fotografia à luz da criatividade e da criação, alinhando técnica, linguagem e conceito. Criou inclusive revistas sobre o tema, incluindo a publicação “*Câmera Work*”, uma referência mundial – que publicava arte fotográfica expostas em galerias espalhadas por toda Nova York. Uma vitrine para grandes fotógrafos, artistas gráficos e pictóricos de vanguarda como Matisse, Paul Cézanne e Toulouse-Lautrec. Era o movimento perfeito para a consolidação de uma coleção essencialmente criativa dentro de um museu. Resultado desta admiração e conversas intensas sobre a formação artística e análise das correntes de vanguarda, em 1937, Barr instituiu a função do “curador de fotografia”, fato que viria a inserir o MoMA no circuito de referência na história da fotografia.

Grandes exposições ocupam os salões do MoMA, entre elas a “*Photography 1839-1937*” (Fig. 28), tendo como curador o jovem bibliotecário do museu, Beaumont Newhall. Inaugurada em 1937, apresentava 841 peças entre imagens, objetos e

⁵¹ Termo da linguagem virtual utilizado para demonstrar a opinião do usuário como “eu gostei”, simbolicamente representado pelo símbolo lúdico do ‘coração’.

acessórios fotográficos, em uma museografia plasticamente envolvente. Um catálogo da exposição comentava: ‘a técnica e a estética fotográfica são contempladas’. Fica evidente a preocupação por uma narrativa histórica que conduzisse o visitante a uma leitura de crescimento tecnológico e artístico do processo fotográfico – e da fotografia como arte.



Fig. 28: Entrada da exposição “*Photography 1839-1937*”, MoMA, 1937
Fonte: Arquivo Museu de Arte de Nova York

O MoMA vive sua formação enquanto museu de arte, se fortalece no campo do discurso artístico e é nos anos 50 que fotógrafos como o alemão Andreas Gursky e o canadense Jeff Wall (Fig. 29) produzem fotografias para o ambiente “museu”, compreendendo o espaço expositivo como limite de criação da imagem. Trata-se de fotografias de grande formato, em imagens que dialogam diretamente com o expectador. É um novo olhar da fotografia que neste momento se apropria da tecnologia como instrumento para algo muito maior: a relação direta entre imagem, espaço e público.



Fig. 29: Visitantes observando a fotografia de Jeff Wall, MoMA, 1977
Fonte: www.metmuseum.org

Da **fotografia do mundo**, aquela que recortava fragmentos do real, que buscava pictoricamente narrar uma história, um sentimento, um momento, porém ainda presa ao limite de recorte do olhar do fotógrafo – ou, como diz Philippe Dubois, ao ‘ato fotográfico’, um ato solitário entre o olhar do fotógrafo e seu campo de visão; desta fotografia do mundo passa-se a uma **fotografia para o mundo**, tendo o museu como espaço de interlocução. O fotógrafo alemão Thomas Struth, na década de 90, produz imagens dentro dos museus (Fig. 30 e 31), criando camadas de narrativas sígnicas no espaço museológico, incluindo seus visitantes e as obras que contemplam; é um novo recorte do real, um real estruturado pela comunicação entre o museu, seu público e o espaço que o envolve. Agora não se trata mais de um ato fotográfico, mas de uma interpretação do real, legitimando a imagem como testemunho desta relação.



Fig. 30: Thomas Struth, 1990. Art Institute of Chicago
Fonte: <http://www.artic.edu/aic/collections/artwork>

Para Struth, ao visitar um museu ele assume o mesmo espírito de quem passeia por um jardim durante o intervalo do almoço.

Nunca entrei num museu com espírito de peregrino em busca de um local sagrado ou para alimentar qualquer relação idolátrica com um pintor ou quadro, nem nunca entrei com espírito de expedição científica com o objetivo de analisar os quadros de carne e osso. Apenas formulo em minha mente, perguntas como: o que vejo quando vejo um quadro? O que procuro num quadro? (STRUTH, 2011)⁵²

Estas perguntas têm por intuito encontrar um fundamento narrativo ou a expressão visual de uma ideia complexa. O artista afirma: “Gosto do **lado aberto da obra**, ou seja, não apenas do que lá está, mas também do que é apenas sugerido ou do que pode lá ser posto por mim” (STRUTH, 2011) [*grifo nosso*].

⁵² <http://ponteirosparados.blogspot.com.br/2011/11/museu-sem-musas-parte-ii.html>



Fig. 31: Thomas Struth, 1990. Art Institute of Chicago

Fonte: <http://www.artic.edu/aic/collections/artwork>

Para o indivíduo globalizado o museu tradicional é **percebido como um ambiente de encapsulamento de suas interpretações, presentes na instância criativa**. O “lado aberto” desse espaço é um todo contido no comportamento despojado desse indivíduo com relação ao museu. No *Instagram*, pesquisando pela *hashtag*⁵³ *museumselfie* é notável perceber a apropriação pelo indivíduo de uma classificação imagética específica - onde *museumselfie* representa o seu autorretrato (Fig. 32 e 33), tendo como pano de fundo os elementos do museu: seu edifício, os objetos e seu entorno. Imagens construídas a partir de um determinado recorte visual tendo como autoria, o indivíduo.

⁵³ *Hashtag*: código que representa a classificação e identificação de um grupo de imagens e vídeos postados no *Instagram*.

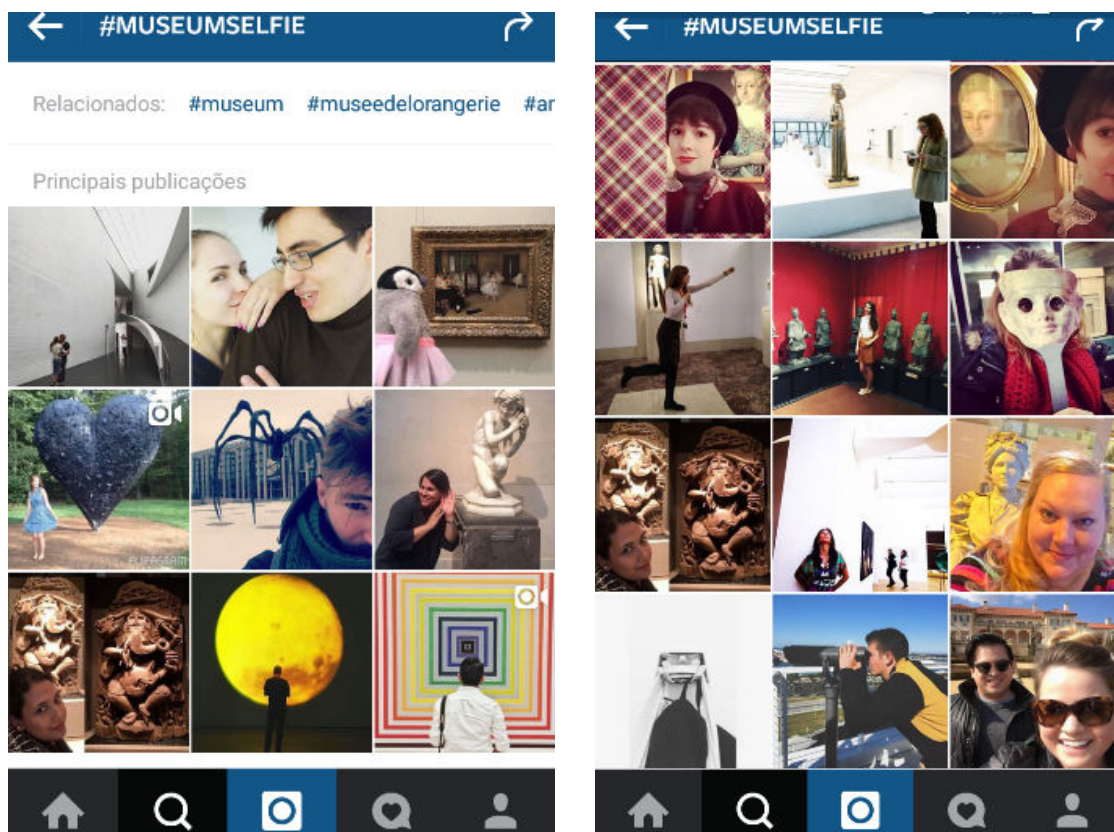


Fig. 32 e 33: Hashtag pesquisada: #museumsselfie
Fonte: Instagram

Podemos perceber nesse momento a manifestação do fenômeno *Gatekeeper* que se apresenta em tempo real, interferindo na composição espacial do museu. **Um novo encapsulamento lhe é configurado, dobras virtuais das práticas museológicas tradicionais formam um novo tecido comunicacional tramado por fios de urdidura simbólica,**⁵⁴ (Fig. 34), onde:

- a) Usuário em foco: é a origem da produção digital/virtual;
- b) Outros usuários: estão *online*, prontos para visualizarem a produção imagética de outros usuários;
- c) Internet: meio por onde essa produção se dissemina.

⁵⁴ A urdidura é a base para a construção do tecido e onde se determina o comprimento, a largura e a padronagem da peça a ser tecida.

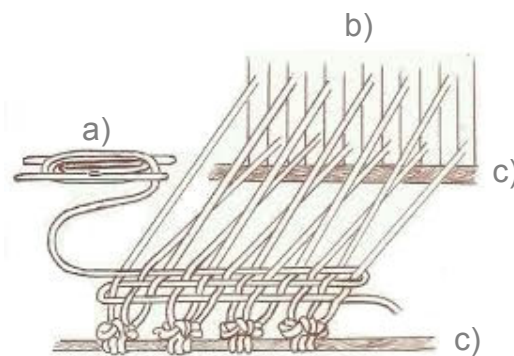


Fig. 34 – Representação gráfica do processo fabril da estrutura do tecido.

Fonte: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-coloquio-de-moda_2015/comunicacao-oral/co-eixo3-cultura/co-3-a-tecelagem-e-a-tecnologia-da-manufatura-textil-brasileira-do-seculo-xvii.pdf

A trama informacional perpassa entre a visão do mundo e a visão da imagem e é tensionada, fixada em nós comunicacionais. Nessas interseções virtuais, percepção e conhecimento se entrecruzam formando uma atmosfera de afeto digital, onde clicar para um *like* estabelece um vínculo afetivo entre “a”, “b”; e “c”.

Scheiner (2004, p. 123) comenta – “eis a essência do meio virtual: não o seu caráter de instancia produtora de ‘simulacros do real’, mas a sua qualidade intrínseca como potencia praticamente inesgotável de criação e de informação”. O fenômeno *Gatekeeper* na sociedade global se instaura nas relações de apropriação do indivíduo globalizado com suas interpretações plurais de realidade. Emerge das práticas tradicionais da Museologia e se reconfigura no ambiente virtual como ressignificação do Museu, o fenômeno dado como fluxo, algo que flui e se manifesta virtualmente.

O FUTURO É MÓVEL – meu corpo, muitos acessos

A realidade aumentada atua em tempo real, interagindo os mundos real e virtual por meio de um *software*. Refere-se a um sistema no qual o meio físico, onde uma pessoa se encontra, é combinado em tempo real com informações interativas geradas por computador, criando uma percepção ampliada do ambiente ao seu redor. A realidade aumentada pode ser considerada uma variante da realidade virtual e suas tecnologias imergem por completo o usuário num ambiente sintético. Enquanto a **realidade virtual coloca o usuário em um local totalmente fictício, criado digitalmente, a realidade aumentada integra em tempo real, os mundos real e virtual por meio de um *software***. Enquanto imerso, o usuário não pode ver por completo o mundo real ao seu redor. Ao contrário, permite que seja “visto” esse

mundo com objetos e sons sobrepostos ou combinados a este, ou seja, é um mecanismo que complementa a realidade, em lugar de substituí-la.

Num cenário ideal, o usuário deveria ter a impressão de que os objetos virtuais e reais coexistem no mesmo espaço, sendo muito difícil distinguir o real do virtual.

Em 2010 o Museu de Londres lançou o *App Streetmuseum* (Fig. 35 e 36). Ao baixar esse *App* em seu *smartphone* o visitante, estando próximo ao raio de localização do museu, poderia visualizar quais lugares lhe ofereceriam a experiência de realidade aumentada.



Fig. 35: *Streetmuseum*, 2010

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=qSfATEZiUYo>

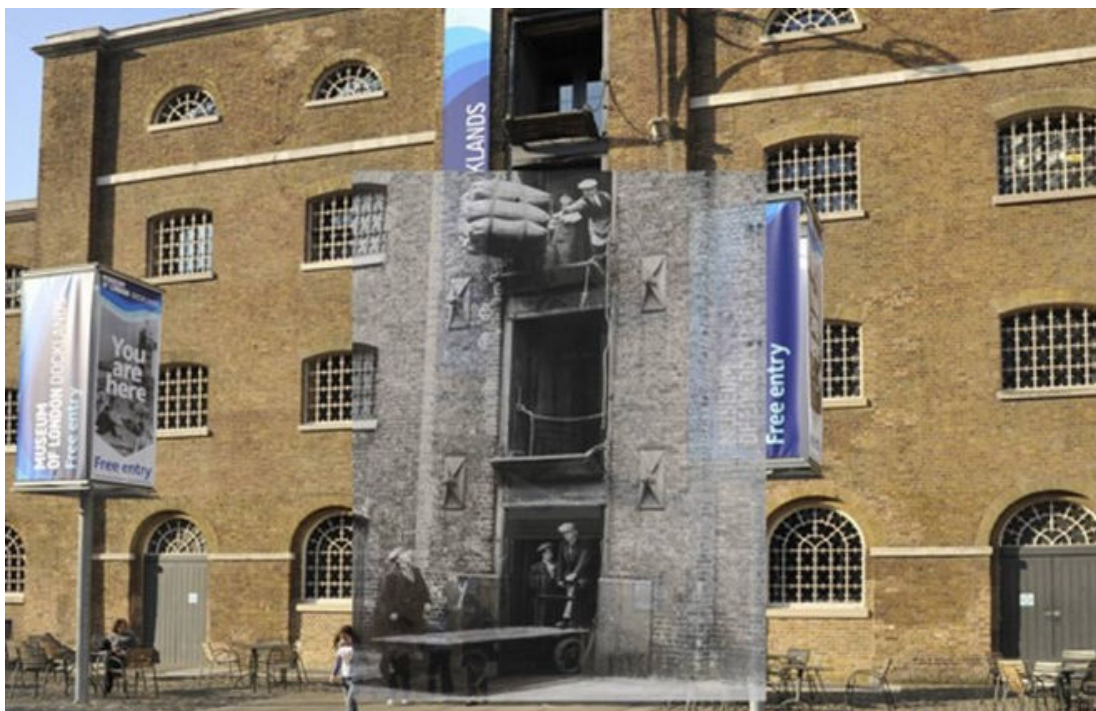


Fig. 36: Museum of London – Docklands. Realidade aumentada, 2010

Fonte: <http://www.museumoflondon.org.uk/Resources/app/you-are-here-app/home.html>

Passear pelas redondezas do museu nunca foi tão divertido! (Fig. 37 e 38) O “visitante” inicia sua experiência de imersão no universo do museu antes mesmo de estar “dentro” do edifício. O entorno do museu, ou seja, a paisagem urbana complementa a narrativa comunicacional, se expande para atingir outros níveis interpretativos diante do olhar desse visitante.



Fig. 37: London of Museum – *Streetmuseum*, 2010
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=qSfATEZiUYo>



Fig. 38: London of Museum – *Streetmuseum*, 2010
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=qSfATEZiUYo>

Essa tecnologia pode ajudar e muito os profissionais de museus a compreender seu espaço de forma mais eficaz, permitindo-lhes visualizar seu ambiente e com ele interagir de forma mais intuitiva, rompendo a barreira física do próprio edifício ocupado pelo museu. Agora, seu entorno integra-se à mesma narrativa exploratória.

A interface de usuário deve satisfazer exigências elevadas, é dizer que a interação deve ser fácil e natural. Diversos dispositivos de entrada e saída devem estar disponíveis para explorar modelos virtuais e reais. Sensações geradas ao “pegar” e “mover” os objetos virtuais podem ajudar no uso da aplicação. Perceber e poder constatar na prática a infinidade de possibilidades na aplicabilidade de tais recursos tecnológicos digitais/virtuais nos coloca diante da seguinte questão: e como está o sincronismo econômico e de produção em escala industrial para que atenda a essa demanda de massa?

Grandes empresas como o *Fraunhofer IGD*⁵⁵ desenvolvem tecnologias e aplicações baseadas em computação visual há mais de 20 anos. Sempre em conjunto com outros parceiros, sejam do mesmo campo ou áreas afins, criam soluções técnicas e desenvolvem produtos que atendam às necessidades do mercado. Com foco no indivíduo globalizado como usuário, estas soluções tornam mais fáceis e eficientes o uso dos *gadgets*. Em 2009 o IGD propôs ao Museu Allard Pierson, em Amsterdã, a implantação de realidade virtual e aumentada (Fig. 39) na sua exposição permanente. O objeto da IGD era o de analisar a capacidade do cérebro humano de visualizar e processar rapidamente situações complexas, buscando um modelo de inovação no encontro entre *hardware* e *software* na interação ser humano – máquina.



Fig. 39: *Allard Pierson Museum* – Amsterdam. Fraunhofer IGD – *Virtual and Augmented Reality*, 2009
Fonte: <http://www.tecmundo.com.br/novidade/5294.htm>

⁵⁵ IGD - Instituto Fraunhofer de Pesquisa em Computação Gráfica é o instituto líder mundial em pesquisa aplicada para computação visual – tecnologia da informação baseada em visualização e modelos. Isto inclui computação gráfica, visualização de computação, realidade virtual e realidade aumentada (AR).

O trabalho com computadores e a aplicação das tecnologias de computação visual tornaram-se mais simples, fazendo com que o usuário final seja mais eficiente e produza resultados melhores e com uma autonomia até então distante de ser conquistada. Tornar os comandos rápidos e intuitivos garantiu a expansão, aplicação e popularização dessas tecnologias digitais/virtuais. Essa popularização teve reflexo nos processos de competitividade econômica internacional. Pressionou os grandes desenvolvedores e indústria a gerarem protótipos e os consolidarem como produto comercial em menor tempo, para que cheguem rapidamente ao mercado comum.

O ciclo industrial internacional encontra no indivíduo globalizado a mola propulsora para essa expansão acelerada. Prova disso são as duas maiores feiras internacionais em tecnologia digital/virtual: a CES⁵⁶ 2016 - que aconteceu no mês de janeiro em Las Vegas; e a CeBIT⁵⁷ 2016 - que aconteceu durante o mês de março em Hanover, tendo como tema *Digital transformation is happening now* (A transformação digital está acontecendo agora). Ambas foram estruturadas de modo tal que mais de 82% de seus novos lançamentos estão voltados para público “comum”, ou seja, a massa popular.

A CeBIT, em suas mesas temáticas, explorou questões provocativas como: “O que a digitalização pode fazer por você?” e “O futuro é móvel.” Dentro dos grandes temas – *Internet of Things*; Comunicação e rede; *Marketing* e soluções para vendas; Tendências de TI e Inovações; e Meu corpo, minha senha – o centro de todas as discussões circunscrevia o mesmo objetivo: o indivíduo globalizado e sua nova autonomia digital/virtual perante o mundo.

Já a CES contou com alguns surpreendentes lançamentos: um *tablet* híbrido com bateria de 20 horas; um *drone*⁵⁸ gigante capaz de transportar um passageiro; e as novas TVs com tecnologia HDR⁵⁹ – esta, uma técnica utilizada para melhorar a qualidade visual de vários tipos de imagem, desde fotos até filmes e gráficos de jogos de computador. A utilização em *games* é uma das tendências mais exploradas, devido à demanda crescente de **detalhamento gráfico e beleza visual**, em um mercado com títulos extremamente competitivos. Jogos que disponibilizam a utilização de HDR apresentam **gráficos realistas, com cores vibrantes e diferenciação fortíssima entre áreas claras e escuras, com efeitos de iluminação complexos**.

⁵⁶ *Consumer Electronic Show* – Show de eletrônicos para consumo.

⁵⁷ *Centrum für Büroautomation, Informationstechnologie und Telekommunikation* – Centro de Automação de Escritório, Tecnologia da Informação e Telecomunicações.

⁵⁸ Veículo aéreo não tripulável controlado remotamente via ondas de rádio.

⁵⁹ *High Dynamic Range* – Grande alcance dinâmico.

Antes existiam limites para a luminosidade na representação de um objeto qualquer, e as luzes refletidas tinham um valor análogo. Com a atual tecnologia digital estas restrições ficaram para trás, e o desenvolvedor agora pode colocar em um jogo iluminação solar muito intensa, por exemplo, com um detalhamento alto e sombras produzidas aproximando-se ao máximo do real. Aqui podemos dizer que o Impressionismo⁶⁰ chegou à tecnologia digital global. O conservador-restaurador do Museu do Louvre, M. Serullaz, em seu ensaio de 1965 sobre essa escola artística, afirmava que “**para essa nova maneira de ver, era necessária uma nova maneira de pintar**” (1965, p. 9). A enorme popularidade e rápida penetração de *smartphones* e *tablets* têm transformado a forma como os indivíduos globalizados se comunicam. Estão permanentemente conectados e podem acessar serviços de voz e dados, conteúdo da Internet e multimídia, em qualquer lugar e em qualquer tempo. A sociedade global vive e se comunica em um mundo móvel em rápida expansão, com sistemas cada vez mais dinâmicos que torna disponíveis novos conteúdos a todo tempo, mudando a forma de envolvimento com a Internet. A virtualidade real para Castells,

É um sistema em que a própria realidade (ou seja, a experiência simbólica/material das pessoas) é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais no mundo do faz-de-conta, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência (CASTELLS, 2001, p. 6).

Imaginemos agora a intensidade das imagens, em movimento ou não, sendo produzidas com, dentro e para o museu. Até que ponto será possível mergulharmos visualmente nesse universo “pictórico digital” das coleções e acervos dos nossos museus?

Museu – Museologia – Museum – Museology – Imaginary Museum

O *Tumblr* é uma plataforma de *blogging*⁶¹ onde as postagens são realizadas por qualquer pessoas ou instituição. Em geral são organizadas de forma cronológica inversa, tendo como foco a temática proposta do *blog*, podendo ser escritas por um

⁶⁰ O impressionismo foi um movimento artístico, mais dedicado a pintura, que se desenvolveu na França durante a segunda metade do século XIX. Os artistas impressionistas buscavam exprimir, através de suas pinceladas, as sensações provocadas a partir da contemplação dos objetos, paisagens e pessoas – compreendendo a intensidade de luz e os jogos de luz, forma e sombra.

⁶¹ É um *website* cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos, ou *posts*.

número variável de pessoas. Permite aos usuários publicarem textos, imagens, vídeos, links, citações, áudio e “diálogos”. A maioria das postagens (*posts*), feitos são textos curtos. Mas a plataforma não chega a ser um sistema de *microblog*, estando em uma categoria intermediária entre os blogs de formato convencional. Os usuários são capazes de “seguir” outros usuários e ver seus *posts* em seu painel chamado de *dashboard*. Também é possível “gostar” (favoritar) ou “reblogar” outros *blogs*. O sistema de personalização enfatiza a facilidade de uso e permite que os usuários usem palavras-chave (*tags*), especiais do sistema para criar seus *themes* – assunto.

A pesquisa-dissertação pesquisou cinco *themes* dentro do *Tumblr*: *museu*; *museologia*; *museum*; *museology*; e *imaginary museum*. A resposta de resultado foi a das mais surpreendentes, pois grande parte dos *blogs* apresentados era de cidadãos comuns e apenas uma pequena parcela, de instituições culturais e museus. Vale ressaltar que plataformas virtuais como esta atuam, em grande parte, como poderosas ferramentas de *Marketing*, *Relações Públicas* e *Mídias Sociais*. Não analisaremos aqui o impacto corporativo que tais ferramentas possam causar no campo da *Museologia* e tampouco para os museus, embora seja bastante sedutor abrir este viés.

Carvalho, em seu artigo “Museu: novos aspectos informacionais, comunicacionais e gerenciais”⁶² discute a questão da sustentabilidade dos museus sob a ótica da ação de *Marketing Corporativo* e de *Relações Públicas*, a partir da análise *in loco* realizada em 1995 em alguns museus norte-americanos. O resultado dessa pesquisa demonstrou a variedade de canais/ferramentas de informação nos quais essas áreas transitam e o quanto são importantes, dentro dos museus, como fluxo e potência comunicacionais.

Tanto a Comunicação Social, da qual *Relações Públicas* fazem parte, como o *Marketing* utilizam veículos de comunicação, que são os meios de veiculação das ferramentas de comunicação e se subdividem em uma infinidade de canais que podem ser a mídia eletrônica, impressa, extensiva, alternativa, Internet, entre outras. **Estes veículos são instrumentos importantes para a geração, difusão e divulgação da informação** (CARVALHO, 2012, p. 105).
[grifo nosso]

A autora ainda aponta para os tipos de modelos de gestão que esses museus trabalhavam a fim de apropriar essas ferramentas de informação – garantindo, assim, o aumento tanto de visitantes quanto de parceiros, principalmente os que possibilitassem outros caminhos para o fomento financeiro além dos já consolidados

⁶² <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus>

dentro da instituição. Estas ferramentas seriam parte de um processo econômico que caminhasse na direção e garantia da sustentabilidade desses museus:

(...) as ferramentas de comunicação integrada serviriam no propósito de divulgar as atividades culturais junto aos seus diferentes segmentos de público (...). Desde então os museus norte-americanos começaram a captar mais verbas para suas operações como também começaram a incorporar na sua gestão as atividades de Relações Públicas e Marketing, que se destinavam a informar o público sobre suas obras de arte, suas coleções históricas, científicas, arqueológicas, assim como sobre as exposições e atividades educativas (CARVALHO, 2012, p. 106).

Se por um lado os profissionais de museus, na sociedade global, buscam e investigam sistematicamente modelos comunicacionais em suas mais diferentes camadas de atuação dentro dessas instituições, por outro o indivíduo globalizado se apropriou de alguns desses modelos de forma muito livre e despojada. Para além dessa apropriação da ferramenta, esse indivíduo também se tornou autônomo em suas interpretações e narrativas acerca das construções que permeiam a Museologia.

Ao pesquisar o *theme: museology* (Fig. 40) é possível observar basicamente duas estruturas de conteúdos desses *blogs*, sendo:

1. Áreas científicas e instituições que tem de certa forma, relação com o *theme – museology*. Ou seja, tratam de algum grupo de objetos curiosos ou até mesmo de uma descoberta científica;

2. Pessoas comuns, ou seja – não institucionalizadas, que por algum motivo postaram informações relacionadas com o tema.

Essas postagens são imagens com uma simples legenda; imagens seguidas de longos textos; ou simplesmente pequenos vídeos. Não há uma sistemática, como também não há uma conceituação científica ou até mesmo léxica do *theme*.

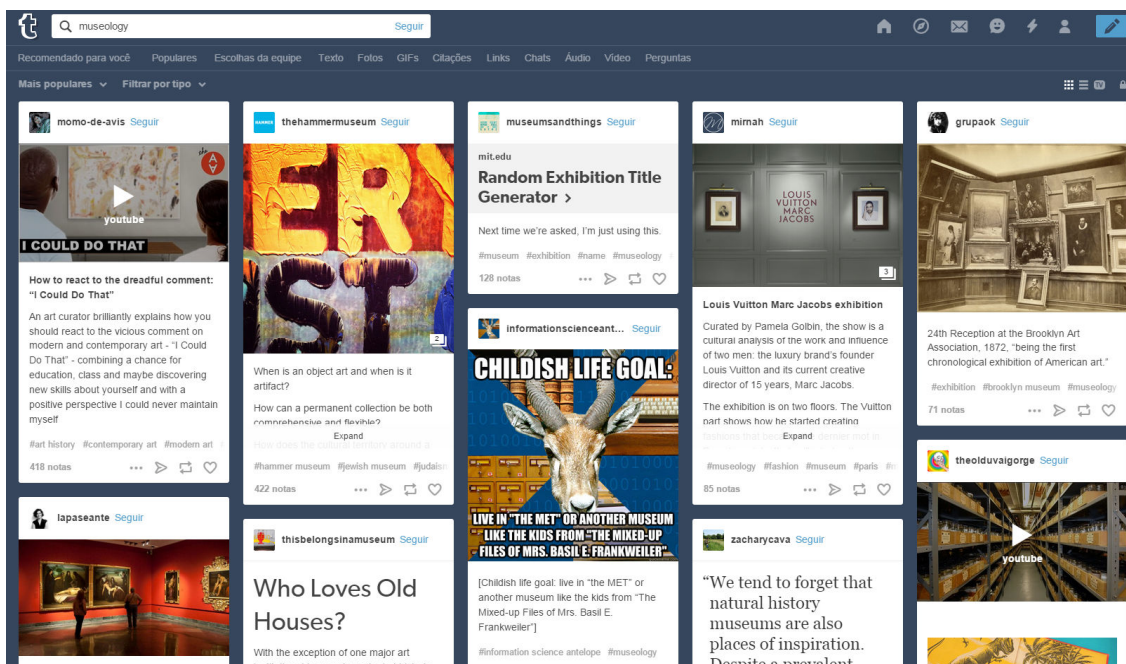


Fig. 40: Palavra-chave pesquisada: *museology*
Fonte: tumblr.com

Os resultados foram diferentes para o *theme: imaginary museum* (Fig. 41), onde o resultado dos *blogs* foram todos de pessoas comuns, que curiosamente interpretaram esse *theme* através das mais diversas e sensíveis imagens. Para estas pessoas, o *imaginary museum* é tudo aquilo que seja capaz de exprimir o sentimento de afeto e o elo entre pessoas.

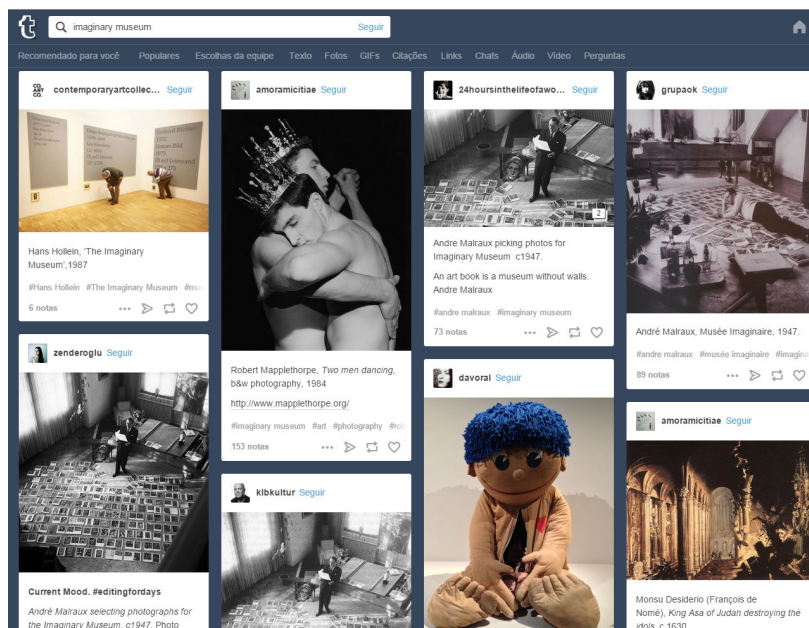


Fig. 41: Palavra-chave pesquisada: *imaginary museum*
Fonte: tumblr.com

Traduzir essas imagens e trazê-las ao campo da Museologia é antes de tudo entender essa ciência como um processo contínuo das construções humanas.

A materialização do estilo de vida do indivíduo globalizado dentro do universo virtual assume uma nova dinâmica social. Fica evidente que, devido à expansão das redes sociais, que proporcionam aos usuários o compartilhamento em tempo real, o processo de replicação de seus hábitos cotidianos como viagens, ideias, momentos, trabalho, lazer, ociosidade, fez com que tais hábitos se tornassem uma **vitrine global**. Aqui é exposto o poder dessas instâncias de compartilhamento em relação àqueles que praticam certos estilos e percepções de mundo. Esta vitrine também passa a ser um diário pessoal público minuciosamente trabalhado, onde o indivíduo globalizado escolhe o que deve se tornar efetivamente público, mas dentro de um conceito por ele determinado: **esse é meu mundo e estou compartilhando-o com vocês**.

No *blog – war in my mind* (Fig. 42), *sem* autoria definida que tem como *theme: museum* foi postada uma série de imagens que tem como assunto principal elementos do universo dos museus. São caixas empilhadas e identificadas, representando a guarda de objetos; um momento de interação com uma escultura; um ato de contemplação com a obra de arte dentro de uma sala expositiva e é um coração graficamente tatuado sobre o coração humano, como uma chapa entintada de gravura em metal, pronta para serem impressas várias cópias da mesma imagem.

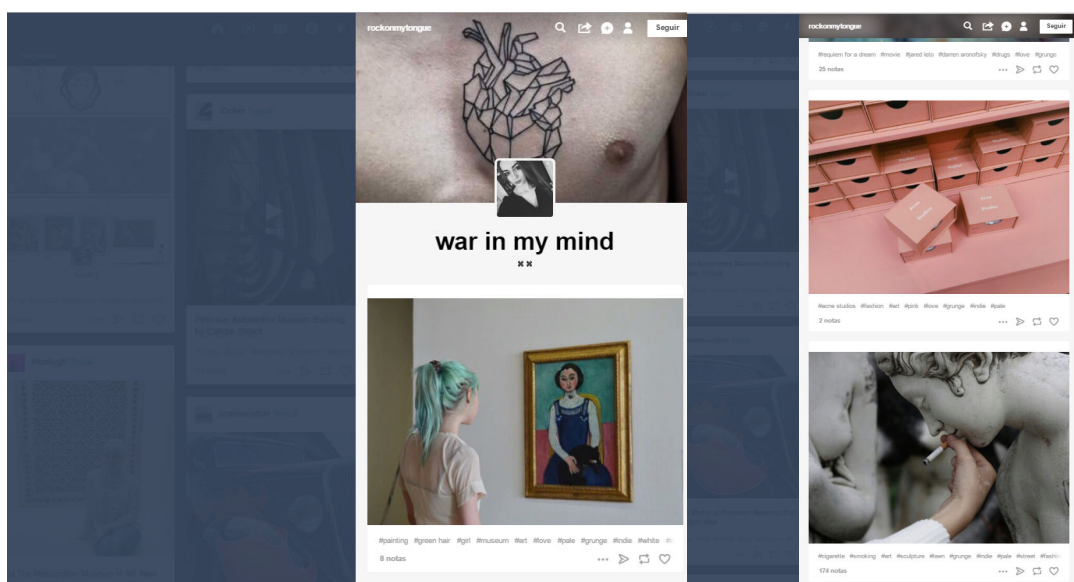


Fig. 42: Palavra-chave pesquisada: *museum*
Fonte: tumblr.com/warinmymind

Que representações de *war in my mid* estão contidas no *museum*? O indivíduo globalizado expandiu suas emoções para um território que muito deve ser explorado pelo mundo acadêmico. Na sociedade global, a Museologia se tornou uma das poucas ciências capazes de interpretar o indivíduo globalizado nas suas mais diferentes faces, pois é uma ciência que permeia todas as outras. Para Scheiner, é através da Museologia que:

Pode-se partir de qualquer uma das disciplinas ligadas às Ciências Humanas, trabalhando o Museu como objeto de estudo e a Museologia como resultado de um *'constructor'* temático que tome como base qualquer uma destas ciências. Mais difícil é partir da própria Museologia, trabalhando-a 'de dentro para fora', fazendo dela o sujeito do pensar científico e construindo, por meio dela e para ela, uma teoria. Difícil por não existir, ainda, uma linguagem museológica devidamente estruturada, fora do objeto. Pois o **método 'museológico' é, sobretudo voltado para o objeto enquanto referência da cultura do Homem** e não para o Museu em si mesmo, enquanto fenômeno cultural e categoria de representação (SCHEINER, 1999, p. 133). *[grifo nosso]*

O museu amplia-se para novas possibilidades dentro da esfera pessoal desses indivíduos. Eles encontraram, nas representações mais tradicionais do fenômeno Museu e nas práticas da Museologia tradicional, uma forma de refúgio para que pudessem a cada postagem reafirmar sua existência social.

Se o **mundo do futuro se abre a imaginação**, mas não nos pertence mais, o mundo do passado é aquele no qual, recorrendo as nossas lembranças, podemos **buscar refúgios dentro de nós mesmos**, debruçarmos sobre nós mesmos e nele reconstruir nossa identidade; um mundo que se formou e se revelou na série ininterrupta de nossos atos durante a vida (BOBBIO, 1997, pg. 54). *[grifo nosso]*

Que caminhos o museu oferecerá a esse indivíduo? Suas lembranças agora fazem parte de uma reconstrução digital (Fig. 43) que lhe possibilitam debruçar-se sobre seus recortes de realidade e dar a eles novos significados – para, enfim, serem compartilhados virtualmente. Para Barthes a fotografia, para surpreender, fotografa o notável. Mas logo, por uma inversão conhecida, ela decreta notável aquilo que fotografa – “o “não importa o quê” se torna então o ponto mais sofisticado do valor” (1980, p. 57).

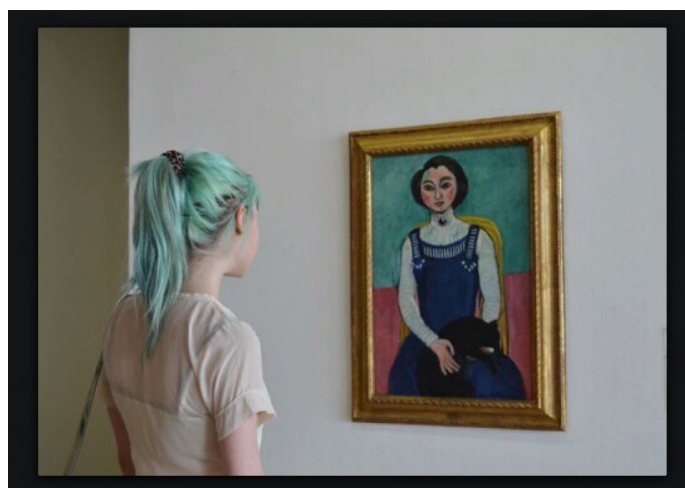


Fig. 43: #painting #green hair #girl #museum #art #love
Fonte: [tumblr.com/warinmymind](https://www.tumblr.com/warinmymind)

O indivíduo se utiliza dos *gadgets* para apresentar os conteúdos que mais lhe agradam. Muito mais do que isto, ele tem a oportunidade de se conectar a outras pessoas de qualquer lugar do mundo, que dividem os mesmos interesses, gerando assim uma cadeia de compartilhamentos ininterruptos. Scheiner analisa esse comportamento e comenta a apropriação feita pelo indivíduo apegado às novas tecnologias como novas realidades construídas.

As novas tecnologias reinstauram o corpo e a mente humanos **criam infinitos universos replicantes**, colocam-nos em continuada convivência com os mundos verossímeis produzidos por simulação - e instauram uma nova relação entre humano e real: a do tempo real (que pode anular o futuro como alteridade) e do espaço virtual, “que prescinde do território e designa relações específicas com a matéria e os espaços mentais” (SCHEINER, 1999a, p. 158). [*grifo nosso*]

Desta forma, o museu como espaço relacional se transforma em um espaço sedutor, que atrai e provoca nesse indivíduo a necessidade de mostrar aos seus pares a experiência vivida naquele ambiente. Durante essa experiência, o indivíduo constrói a narrativa do seu próprio conhecimento e se coloca entre os objetos, elabora os conteúdos expostos, constrói e compartilha seu próprio repertório – além de agregar novos elementos nas mídias com comentários e outros olhares e compartilhamentos.

Cada uma das salas de exposição, com seus acervos e belos espaços arquitetônicos se tornam cenários para *selfies* e contribuem na construção do universo de satisfação pessoal. Por meio de fotos e postagens instantâneas nas mídias sociais o indivíduo pode mostrar quem é, onde está e do que gosta. Ou ainda pode reproduzir uma imagem do que gostaria ser. Todos esses elementos contribuem para aumentar o valor da experiência desse indivíduo globalizado.

Os prédios e fachadas dos museus também retratam uma atração especial. Quem passa por Paris obrigatoriamente faz a foto clássica compondo um cenário com a pirâmide do Louvre ao fundo. Posar em frente aos elementos arquitetônicos da praça central do museu é tão obrigatório quanto a foto na Torre Eiffel. Isso amplia as funções tradicionais do patrimônio cultural. No Brasil essa experiência se concretiza nas fotos dos visitantes em frente ao MASP, símbolo da arquitetura moderna brasileira. A partir do *theme*: museu, podemos compreender a dimensão criativa com que o indivíduo globalizado opera essas relações dentro do universo virtual. O edifício do MASP ocupa diferentes lugares que extrapolam suas condições físicas e espaciais. Quando poderíamos imaginar esse monumento, que representa a identidade cultural da cidade de São Paulo, com seu vão em concreto elaborado por Lina Bo Bardi para abrigar e celebrar o encontro entre pessoas, agora está suspenso sobre as Cataratas do Iguaçu? O mirante do MASP tornou-se um desfiladeiro de águas. Seu entorno e as várias mensagens que por ali passam – encane menos encante mais, frases que surgem a cada novo olhar sobre a cidade (Fig. 44) deixam claro que este espaço, para muito além do concreto armado, é o ambiente que as pessoas reconhecem como seu espaço para novas interpretações.

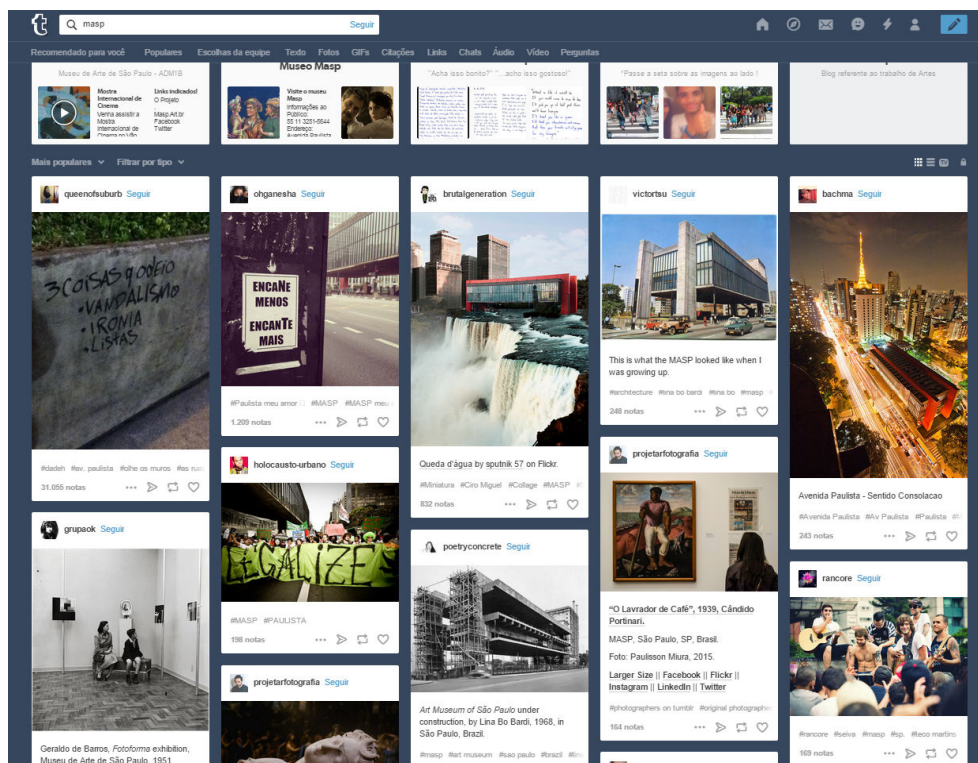


Fig. 44: Palavra-chave pesquisada: museu
Fonte: tumblr.com

Cada um que vive a experiência com o museu tem seus níveis e possibilidades próprias de compreender os diversos temas expostos, de acordo com seus repertórios culturais, redes cotidianas e capacidades de incorporar essas realidades.

O museu, por sua vez, deve se adequar na busca de fatores que proporcionem a possibilidade de interação com o público. E também oferecer a possibilidade de que o público seja o seu maior divulgador – construindo a interação do visitante com outros potenciais visitantes que replicam suas experiências nas redes sociais, garantindo compartilhamentos em menor tempo e com maior amplitude de público. É a experiência única do indivíduo globalizado sendo compartilhada, replicada com outros que não estão no mesmo tempo e espaço físico, mas que entrarão em conexão com a mesma proposta.

Se para o indivíduo globalizado os processos tradicionais da Museologia estão presentes, ainda que intuitivamente, aqueles que tangenciam a relação com o espaço expostivo e as questões da memória e do afeto coletivo, não poderia ser diferente com o método da documentação museológica – assim entendido, no âmbito da Museologia:

A documentação de acervos museológicos é o conjunto de informações sobre cada um dos seus itens e, por conseguinte, a **representação destes por meio da palavra e da imagem** (fotografia). Ao mesmo tempo, é um sistema de recuperação de informação capaz de transformar, como anteriormente visto as coleções dos museus de fontes de informações em fontes de pesquisa científica ou em instrumentos de transmissão de conhecimento (FERREZ, 2006, p. 1). *[grifo nosso]*

Palavra e imagem representam, para o indivíduo globalizado, elementos fundamentais para suas práticas digitais/virtuais: é por intermédio delas que ele produz infinitos arranjos imagéticos. No *blog magpie nest* (Fig. 45), por exemplo, a proposta consiste em “classificar” e “catalogar” imagens dos mais diversos contextos.



Fig. 45: #inventory #museum #life
Fonte: tumblr.com/magpienest

Peter Van Mensch, teórico da Museologia, em 1987 baseou-se no modelo classificatório adotado pelo ICOM para sugerir um modelo documental elaborado a partir de categorias capazes de identificar no objeto a ser musealizado um conjunto de características que configurassem seu arcabouço informacional. Distinguem-se aqui três aspectos básicos, denominados pelo autor como “matriz tridimensional”:

1. Propriedades físicas
 - a. Composição material;
 - b. Construção técnica;
 - c. Morfologia, subdividida em:
 - i. Forma espacial, dimensões;
 - ii. Estrutura da superfície;
 - iii. Cor;
 - iv. Padrões de cor, imagens;
 - v. Texto (se existente).

2. Função e significado
 - a. Principal;
 - b. Função;
 - c. Expressivo (valor emocional);
 - d. Significado secundário;
 - e. Significado simbólico;
 - f. Significado metafísico;

3. História
 - a. Gênese
 - i. Processo de criação no qual ideia e matéria-prima se transformem num objeto;
 - b. Uso:
 - i. Inicial (geralmente de acordo com as intenções do criador/fabricante);
 - ii. Reutilização.
 - c. Deterioração, ou marcas do tempo:
 - i. Fatores endógenos;

- ii. Fatores exógenos;
- d. Conservação e restauração.

A partir do arcabouço de Mensch, Ferrez avalia a importância da estruturação metodológica referente à documentação do objeto musealizado, sendo que esta deverá ser tratada de forma:

sistemática que nos leva a redimensionar o papel da documentação nos museus, como **suporte da pesquisa científica e da comunicação**. Não basta descrever fisicamente os objetos. É preciso reconstituir a sua história (FERREZ, 2006, p. 4). *[grifo nosso]*

Compreender essa “matriz tridimensional” como algo do – *vir a ser* – o suporte para pesquisa científica e comunicacional – é subordinar os elementos textuais e de imagens à significação desse objeto, que passará a portar uma nova narrativa.

Novamente não foi diferente o que encontramos na estrutura do *blog Magpie Nest* (Fig. 46): a partir de uma estrutura à similar a proposta de Mensch, o *blog* definiu uma série de elementos básicos para a classificação das imagens que viriam a compor esse acervo virtual. Curiosamente o título dessa matriz foi definido por: *Inventory*.

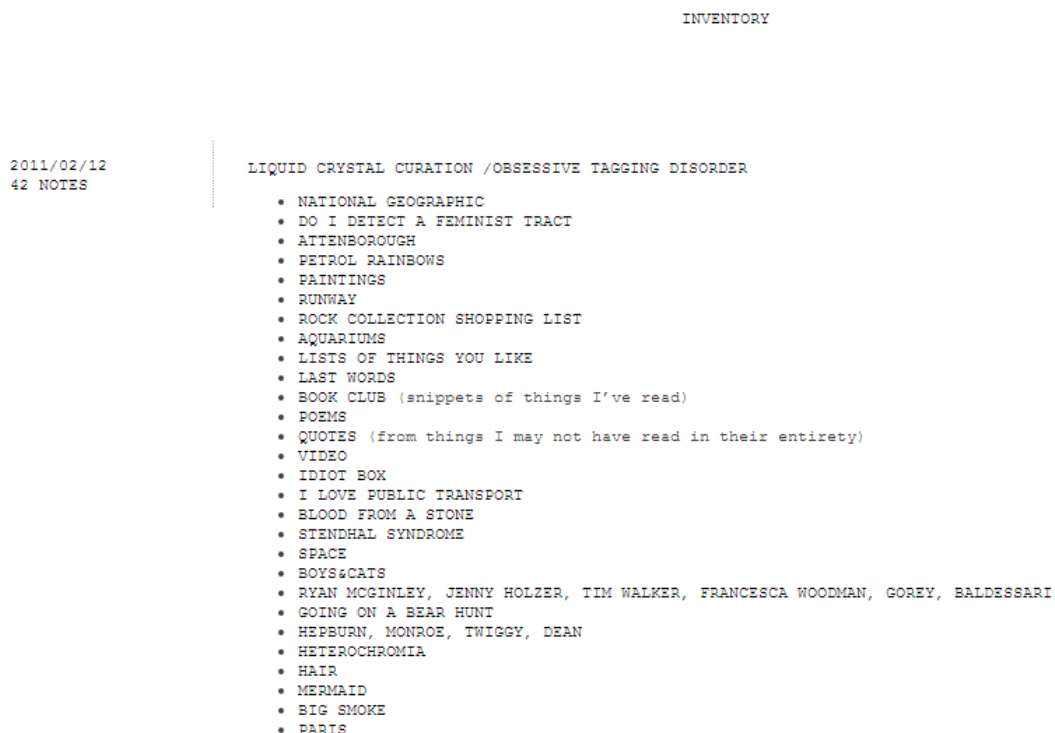


Fig. 46: #inventory #museum #art #life - 2011
Fonte: tumblr.com/magpienest

Trata-se de palavras ou frases que remetem a conceitos mais variados, que transitarão do tangível ao intangível, do dado intrínseco ao extrínseco. Imagens são “classificadas” a partir dessa estrutura e depois “catalogadas” da forma mais tradicional que conhecemos, ou seja, cada imagem vem acompanhada de: data, autor, assunto e apenas um novo elemento – as *Tags*, que na verdade são as palavras-chave.

Esse processo “catalográfico” se dá de forma muito conceitual. O *theme: book club* (Fig. 47) traz a imagem onde uma pessoa submersa em águas tranquilas, repousa enquanto lê um livro e ao fundo uma paisagem distante, como o horizonte pronto para receber este navegante.

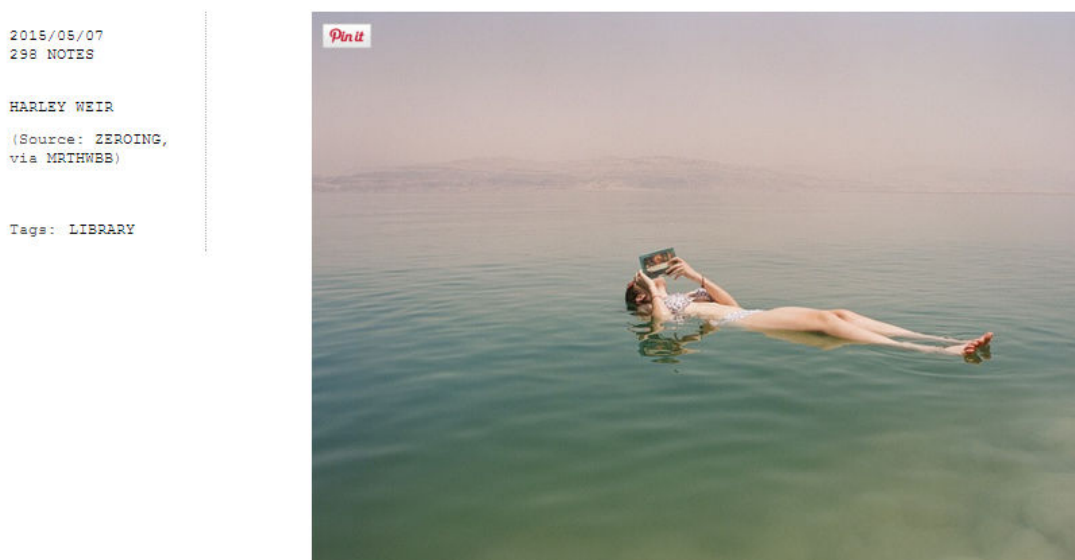


Fig. 47: *Theme: book club* - 2016
Fonte: [tumblr.com/magpienest](https://www.tumblr.com/magpienest)

É imaginar-se lendo a obra de Ernest Hemingway – *O velho e o Mar* e poder sentir o movimento irregular dessas águas desconhecidas, o vento tocando a ponta dos pés. Para essa imagem a *Tag* é *Library*, a função torna-se palavra-chave e se apropria de novos conceitos. No *theme: lists of things you like* (Fig. 48), é possível perceber a singeleza do texto, onde o autor (anônimo) não se preocupa com uma qualidade estética literária, apenas escreve, frase curtas, que representam o que exatamente ele gosta – gosto de mágica, unicórnios, música e crianças (...) ouço música no trem enquanto finjo que minha vida é um filme (...) quero estar tranquilo com alguém.

2011/03/06
6 NOTES

Tags: WHAT YOU
LIKE

WHAT YOU LIKE VOL. 52

TALIAKATHLEEN likes; finding a song you never knew you loved, the high feeling after a concert, the smell of old books, the small moment eye contact with complete strangers, forearms, getting into bed after a long night, chocolate, the feeling you get after laughing non stop

WHOISEMIRA likes; magic, unicorns, music, childrens' laughter, pretending, stories that have no ending, dusty photographs, mermaids, the sound kettles make, boys who open doors for me, curtains blowing in the summer breeze, listening to people tell me about their lives, mermaids, long walks on the seaside, the fireworks at disneyland, finishing others' sentences, blowing bubbles in my milk, starry nights, receiving a long letter from someone I'd thought had forgotten about me, sitting next to someone at the piano, spotting fantastic creatures in the clouds, finding a lucky penny, listening to music on the train and pretending that my life is a movie, the sentence "never let fear stop you from dancing on the moon", waking up to the smell of waffles, the feeling I get in the summertime when my biggest worry is which pair of flip flops match with which swimsuit, the smell of freshly cut grass, bike rides to the cinema, floral prints, blowing out every single birthday candle, cherry tea, spontaneity, imagining what a Beatles concert would feel like, characters in films whose souls completely mirror mine, playing Stella Ella Ola in a massive circle of people, waking up in the summer and running straight to the ocean, sparkling eyes, honeysuckles, wearing someone else's sweater and feeling like a different person, big yellow moons, apple orchards, Cassie Ainsworth, boys who take longer to figure out, the smell of a new place, touching hands, blushing, the sound typewriters make, old and forgotten things, scrunching up my nose, airports, finding an old picture wedged under my car seat and staring at it for hours wondering how time could have possibly moved so fast, being quiet with someone.

Fig. 48: Theme: lists of things you kike - 2011
Fonte: tumblr.com/magpienest

Pensar o *theme: I love public transport* (Fig. 49) e se deparar com uma avenida praticamente isenta de automóveis, tendo ao centro uma pessoa se locomove de skate, faz com que as relações de composição dessa imagem, de perspectivas e cores projetem o indivíduo para um encantamento plástico e nos provoca a sensação de que grandes centros urbanos podem, sim, ser lugares onde temos a liberdade de ir e vir.

2010/06/03
16 NOTES

BURNINGPEACOCKS:

skating
chinatown at
6am with andrea

Tags: SKATE OR DIE



Fig. 49: Theme: I love public transport
Fonte: tumblr.com/magpienest

A tecnologia digital está mudando a forma como consumimos cultura.

(...) o novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço e o tempo, as dimensões fundamentais da vida humana. Localidade fica despojada de seu sentido cultural, histórico e

geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares. O tempo é apagado no novo sistema de comunicação já que passado, presente e futuro podem ser programados para interagir entre si na mesma mensagem. *O espaço de fluxos e o tempo intemporal* são as bases principais de uma nova cultura, que transcende e inclui a diversidade dos sistemas de representação historicamente transmitidos: a cultura da virtualidade real, onde o faz-de-conta vai se tornando realidade (CASTELLS, 1999, p. 43).

Fica evidente a cada imagem que a emoção é qualquer coisa de vago e de inconsistente. Sua influência contagiosa se irradia muito além do ponto em que se originou, estende-se a tudo que nos cerca, sem que possamos dizer onde termina seu poder de propagação.

Espaço de compartilhamento – conectividade híbrida

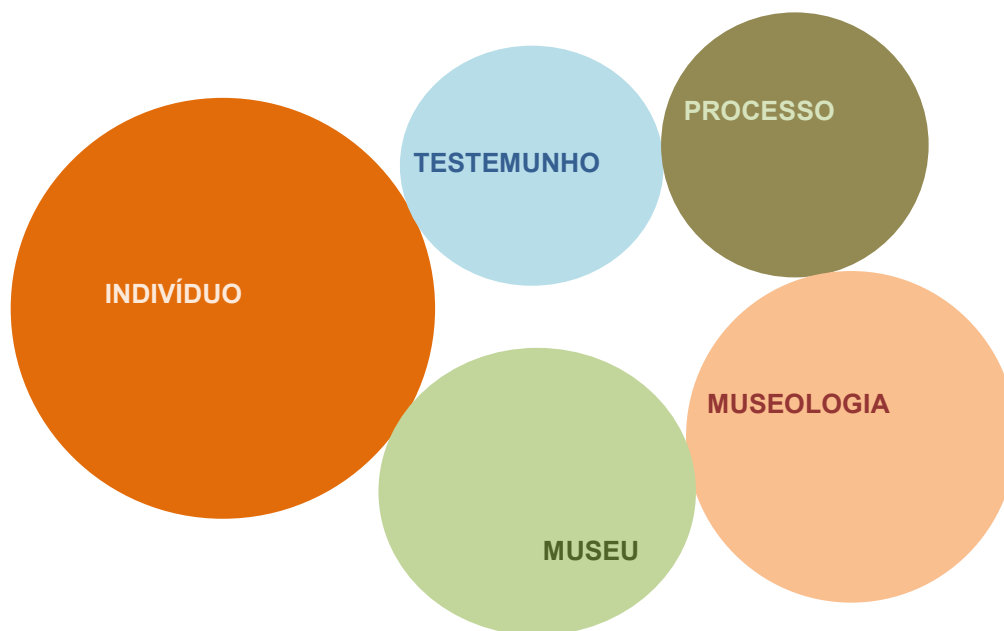
Em 1997, Deloche já anunciava as relações entre o Museu e o paradigma ‘analógico/digital’: em aula ministrada no ISSOM⁶³, em Brno na República Tcheca, apresentava um quadro relacional (Fig. 50) onde se lia:

CAMPO	CIÊNCIA	TÉCNICA	INSTITUIÇÃO
Museal	Museologia	Museografia	O Museu
Político	Ciência Política	Política	O Estado

Fig. 50: Proposta das relações Museu e analógico/digital
Fonte: Aula Teoria da Museologia. PPG-PMUS - 2014

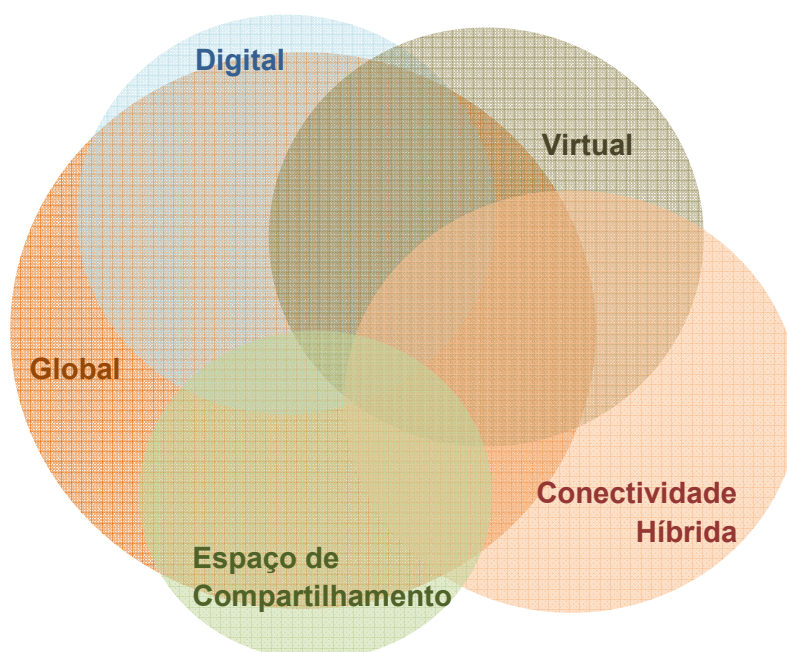
A esse respeito, cabe lembrar que Deloche é um dos primeiros teóricos da Museologia a abordar de maneira ampla as relações entre Museu e as novas tecnologias. O museu em seu processo e necessidade de institucionalizar-se criou suas próprias correntes comunicacionais, seus limites territoriais, preso a modelos convencionais, estão impossibilitados de romper com essa prisão institucional/informacional. Do outro lado, o indivíduo globalizado não se preocupa com a preservação e permanência dos seus registros e testemunhos sociais impressos digitalmente no meio virtual. Ele apenas recria e replica aquilo que vive agora, a reverberação dessa informação visual ganha nova potência e se propaga em escala virtual. A relação com esse museu se dá a partir do momento em que ocorre o compartilhamento.

⁶³ ISSOM – International Summer School of Museology



Quadro 1 – Modelo gráfico dos elementos da Museologia tradicional
Fonte: Pesquisa-dissertação. 2016

A pesquisa-dissertação propõe a análise de uma nova dinâmica (Quadro 1 e 2) dessas relações, onde: indivíduo, testemunho, Museu, Museologia e processo se apresentam de forma não linear e intrinsecamente conectados, de forma fluida e transparente, onde um alimenta o outro em potência, registro e compartilhamento. O *Gatekeeper* da sociedade global é o próprio indivíduo, pois ele é responsável pela apropriação do Museu enquanto fenômeno e o ressignifica virtualmente.



Quadro 2 – Proposta gráfica para a Museologia de conectividade híbrida
Fonte: Pesquisa-dissertação. 2016

Para os teóricos do campo da Museologia que profetizaram um avanço tecnológico que navegasse em vento contrário à potência daquilo que denominamos Museu tradicional, diríamos que esta pesquisa-dissertação aponta para um encontro dessas águas de fontes e percursos diferentes, que margeiam distintos leitões – onde seus limites territoriais, quando dados em encontro, em ato, estimulam a homogeneização de suas cores, fluidez e densidade e desaguam em direção à mesma foz.

Interpretar as relações de construção e poder de decisão do fenômeno *Gatekeeper* ao longo de sua trajetória no campo da Museologia é perceber e poder identificar seus diferentes atores a cada instância.

Fica evidente, ao longo dessa trajetória, que as relações indivíduo/testemunho/museu/Museologia/processo, até então com seus limites territoriais bem definidos, neste momento passam a ter um desenho fluido e transparente, onde os mesmos se sobrepõem a cada compartilhamento.

Não é só a exposição que está sendo apropriada para efeito de interatividade, mas também as metodologias de musealização, o público está replicando as funções básicas do museu tradicional: documentação, conservação, organização e referências sob a forma de coleções individuais – etapa contemporânea de colecionismo. **As pessoas não coletam mais objetos, mas sim coleções a partir da captura e criação de imagens** (SCHEINER, 2016)⁶⁴. [grifo nosso]

O *Gatekeeper* da sociedade global se expande e se configura imgeticamente, sua origem permanece porém se resignifica em um novo modelo global (Quadro 3).

Gatekeeper consagrado	Gatekeeper da sociedade global
Indivíduo	Global
Testemunho	Digital
Museu	Espaço de compartilhamento
Museologia	Conectividade híbrida
Processo relacional	Virtual

Quadro 3– Proposta comparativa do fenômeno *Gatekeeper*
Fonte: Pesquisa-dissertação. 2016

⁶⁴ Seção de orientação. PPG-PMUS, 18/03/2016.

Não é chegado ainda o fim das práticas museológicas ditas tradicionais, muito menos dos museus em suas mais diversas faces. Esse Museu que conhecemos em sua matriz tradicional: o que coleta; cataloga; pesquisa; conserva e comunica – é o mesmo Museu que atravessou as mais variadas experiências digitais/virtuais narradas nessa pesquisa-dissertação. Porque ele enquanto fenômeno e potência é o grande laboratório para as tecnologias da globalização. Pois estas buscam o que o Museu já consolidou há séculos: **o elo entre o humano e o mundo – seja ele digital, virtual ou real.**

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender a Museologia de conectividade híbrida é, antes de tudo, reconhecer o indivíduo globalizado como um elemento social capaz de penetrar as diversas camadas inerentes à virtualidade – reconhecendo essas camadas como substrato legítimo do indivíduo, planos articulados que entrelaçam esferas individuais, familiares, profissionais, ou seja: interfaces que dialogam com o ambiente social virtual. É necessário identificar estas fronteiras e conectar, religar campos, saberes e áreas de atuação, buscando definir, nesta grande malha relacional, pontos de destaque que são (ou poderão ser) atuados pelas narrativas e práticas museológicas.

Para fazer a relação entre Museologia e conectividade é preciso acreditar - como Scheiner (1999) – que “o Museu enquanto fenômeno é espaço relacional”, cujos atores realizam trocas mútuas que reverberam e confluem no chamado fenômeno *Gatekeeper*. E concordar que a Museologia possa ser entendida

como campo disciplinar que trata das relações entre o fenômeno museu e as suas diferentes aplicações a realidade, configuradas a partir das visões de mundo dos diferentes grupos sociais. Integram o seu corpo teórico as análises de conjuntura, desenvolvidas a partir de uma visão transdisciplinar, interligando as diferentes visões de natureza, cultura e sociedade apresentadas pelos demais campos do conhecimento. “Nesse sentido, os limites da Museologia serão definidos também na relação, melhor dizendo, no cruzamento, na interface com outros campos disciplinares” (SCHEINER, 1999, p.49).

Buscamos apresentar, nesta dissertação, algumas perspectivas e delineamentos desses indicadores, no intuito de desvelar processos conectores resultantes desta dinâmica interdisciplinar, focalizando as transformações potenciais e possíveis no âmbito dos museus tradicionais.

O Museu Tradicional, assim como o indivíduo globalizado, é capaz de transmutar-se a partir de seu meio – imerso na globalização, na informação e nas conexões reais e virtuais; e estar simultaneamente aqui e em qualquer lugar. Neste sentido, ele pode verdadeiramente ser percebido como uma representação do fenômeno Museu, uma das muitas formas assumidas por esse museu ‘plural’ de que trata Scheiner:

Tais ideias abrem caminho para o entendimento do museu como fenômeno: torna-se agora possível imaginar, filosoficamente, um museu plural, um museu que seja simultaneamente a representação de um mundo concreto, exterior ao indivíduo, e uma presentificação do seu mundo interior. Abrem, também, caminho para a compreensão do

museu interior, “esse conjunto de impressões e sensações subjetivas que configura aquela parte de nossa memória que percebemos e desejamos manter como patrimônio pessoal” (SCHEINER, 1998; 1999a).

Para Scheiner (1998, p. 33), a tendência a perceber o fenômeno Museu como instância relacional tem ligação com as estruturas contemporâneas de pensamento e comportamento; e é justamente a possibilidade de ele existir como espaço de desordem que permite entender a sua potencia de transformação. O Museu assume aqui seu lado dionisíaco, sob as mais variadas dimensões:

através da arte, que coloca no Museu, sob a forma de ‘instalações’ e ‘experiências’, representações do efêmero, fragmentos, impressões, ‘flashes’ do instante mesmo em que se dá a relação entre o Ser do homem e os mundos que o atravessam; ou pela musealização de espaços públicos consagrados (praças, feiras, cidades históricas). Ou mesmo pela incorporação (...), daquilo que a Psicologia entende por ‘temas malditos’ (a inveja, o medo, o sexo, a dor, o desvio, a loucura, a morte). Pois este outro lado do Museu é a face que se configura enquanto liberdade, enquanto resistência, enquanto criação (SCHEINER, 1998, p. 33).

A percepção do Museu como espaço de desordem e o reconhecimento da sua dimensão dionisíaca permitem que ele seja pensado e entendido na caótica realidade contemporânea - onde, ultrapassada a desordem, o museu chega a uma nova ordem: a ordem complexa do Real. Fenômeno - e portanto livre, dinâmico e plural, transcende seus limites e pode agora ser percebido em novas e inusitadas dimensões (SCHEINER, 1998, p. 11)

A experiência com o museu vem se tornando cada vez mais colaborativa. O indivíduo globalizado institui-se autônomo em suas relações de virtualidade, assume o papel de empoderamento desse ambiente. Os museus cada vez mais estão se tornando espaços agradáveis e suscetíveis a ações conjuntas e colaborativas e a tecnologia digital assumiu o papel de facilitador nesse processo. **A relação com este museu se dá a partir do momento em que ocorre o compartilhamento.**

Que sensação espetacular alguém percebe quando sente a conexão entre ele próprio, o objeto musealizado e outros indivíduos. Quando, tradicionalmente chamado de agente conector, agora ele **transmuta-se em sujeito de compartilhamento, pois cada estabelecimento de vínculos resulta em toda uma reverberação comunicacional diante do universo virtual.**

A dissertação aponta para a necessidade atual de novos estudos que partam da ótica de como o indivíduo globalizado interpreta, manipula e expande suas relações de mundo, apropriando-se dos processos museológicos como práticas

comunicacionais das mais fascinantes e desafiadoras para o campo científico da Museologia. Neste sentido vale ressaltar a afirmativa de Scheiner, para quem

Pensar a Museologia pode ser um exercício intelectual dos mais fascinantes. Pode-se partir de qualquer uma das disciplinas ligadas às Ciências Humanas, trabalhando o Museu como objeto de estudo e a Museologia como resultado de um 'constructor' temático que tome como base qualquer uma destas ciências. Mais difícil é partir da própria Museologia, trabalhando-a 'de dentro para fora', fazendo dela o sujeito do pensar científico e construindo, por meio dela e para ela, uma teoria. Difícil por não existir, ainda, uma linguagem museológica devidamente estruturada, fora do objeto. Pois o método 'museológico' é sobretudo voltado para o objeto enquanto referência da cultura do Homem e não para o Museu em si mesmo, enquanto fenômeno cultural e categoria de representação (SCHEINER, 19991, p. 133).

Cabe ressaltar aqui a importância do uso de mecanismos fotográficos relacionados às novas tecnologias, como instrumentos de configuração das práticas de conectividade – quase sempre imagéticas. Isso nos lembra a afirmativa de Barthes – de que a Fotografia é uma arte pouco segura, em que se articula movimentos de uma subjetividade fácil, que acaba logo, assim que a exprimimos (BARTHES, 1980, p. 34). Como a Fotografia é contingência pura e só pode ser isso – é sempre *alguma* coisa que é representada (BARTHES, 1980, p. 49).

A dissertação revela que o indivíduo globalizado, o cidadão comum, pode ser um agente modificador dos códigos da Museologia tradicional a partir do momento em que manifesta suas práticas comunicacionais – ao **replicar imagens digitais. Estas imagens têm como expressão as práticas de colecionismo, documentação, pesquisa e comunicação.** Para Gombrich (1950, p. 18) a beleza de um quadro não reside realmente na beleza de seu tema (...) possui um grande e inegável encanto (...) o que ocorre com a beleza também é válido para a expressão.

O *Gatekeeper* na sociedade global abandona a postura onipotente e unilateral para assumir o papel de filtro. Este é o papel comunicacional do indivíduo globalizado – ao agregar diferentes narrativas a suas necessidades, curiosidades e anseios virtuais, que terão ressonância no meio social. Uma reverberação contínua que, a cada compartilhamento, somará outros indivíduos que compartilham da mesma ideia de mundo.

Essa potência comunicacional virtual, até então presente apenas nas teorias científicas, agora se revela presente em ato. **É no ambiente digital que se desvela a camada informacional da virtualidade da Museologia.** Repetindo Levy – “o problema da semente, por exemplo, é fazer brotar uma árvore” – diríamos que o

problema da Museologia tradicional, na sociedade de indivíduos globalizados, é fazer reverberar sua imagem nas águas da virtualidade.

E na fonte límpida de águas cristalinas da qual ninguém havia se aproximado, Narciso ao se inclinar para beber água, viu sua própria imagem refletida e encantou-se com sua visão (Fig. 51). Fascinado, Narciso ficou a contemplar o lindo rosto, com aqueles belos olhos e a beleza dos lábios, apaixonou-se pela imagem sem saber que era a sua própria imagem refletida no espelho das águas. Por várias vezes Narciso tentou alcançar aquela imagem dentro da água, mas inutilmente; não conseguia reter com um abraço aquele ser encantador. Esgotado, Narciso deitou na relva e aos poucos seu corpo foi desaparecendo.



Fig. 51 – John William Waterhouse. Eco e Narciso, 1903. Walker Art Gallery, Inglaterra
Fonte: <http://www.liverpoolmuseums.org.uk/walker/>

O Narciso de hoje (Fig. 52) define a própria imagem através de filtros e novas representações do real. O processo de encantamento ocupa outro espaço; o espaço virtual. O esgotamento agora se dá pelo número de vezes que aquela imagem foi compartilhada; entretanto é a cada compartilhamento que outro olhar apaixonado é lançado diante da grande obra humana – a virtualidade dada em ato, não mais como um *vir a ser*.

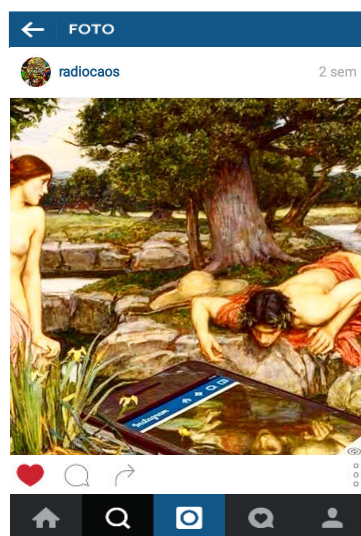


Fig. 52 – Anônimo, 2016
Fonte: *Instagram*. Perfil: radiocaos

A Museologia de conectividade híbrida se manifesta no ambiente virtual, em um processo constante de “construção de uma assinatura para a memória do mundo” (Kuperman, 2016)⁶⁵. Em princípio ele possibilita um construto relacional de ordem tecnológica e comunicacional. **O indivíduo globalizado assume o papel de Gatekeeper, se apropria das mais diversas práticas da Museologia tradicional e as ressignifica no momento de transposição ao suporte digital.** Um legítimo processo de impressão, decalque da realidade para a virtualidade. **É inegável o uso dos processos tradicionais. O que mudou foram seus atores e o ambiente ocupado por eles.**

*As primeiras tintas do horizonte acusaram a linha superior da costa.
Bastante rasa a leste, alteava-se um pouco para o sul.
Estava ainda distante umas cinco milhas,
e a praia confundia-se com as águas brumosas.
Entre ela e nós o mar estava deserto.
Nenhum barco, nenhum mergulhador.
Reinava profunda solidão naquele ponto de reunião
dos pescadores de pérolas.*

*Júlio Verne. 20.000 Léguas Submarinas
França, 1870
[grifo nosso]*

O submarino que emerge das águas profundas do oceano é o Museu da sociedade global, um espaço relacional, verdadeiro protocolo comunicacional. É o Museu apresentado por Scheiner (1998) como algo que “poderá ser apreendido em fluxo, em continuado processo”. E o indivíduo globalizado vislumbra ao longe o horizonte que se mistura à paisagem, apresentada ainda de forma difusa como pinceladas sutis que se sobrepõem umas às outras, gravando a superfície do globo terrestre, em um movimento visto por Lévy (2003) como “um processo de transformação de um modo de ser num outro”. E o mar, este elemento fluido e de potencia exploratória virtualmente inesgotável – o “mar de informações” de Carvalho (2007) revela-se como a possibilidade de compartilhamento entre submarino e horizonte, entre Museu e indivíduo globalizado.

⁶⁵ Seção de defesa de dissertação. PPG-PMUS, 04/04/2016.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

ABRAS, F. B., & Penido, P. H. N. **De Gatekeeper a cartógrafo da informação: a reconfiguração do papel do jornalista na Web.** Monografia, Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Fumee, Belo Horizonte. 2006.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte & percepção visual.** Uma psicologia da Visão Criadora. Nova versão. Arte, Arquitetura, Urbanismo. EDUSP. Tradução: Ivonne Terezinha de Faria. São Paulo, 1980.

ASENSIO, Mikel; ASENJO, Elena (Ed.). **Lazos de Luz Azul – Museos y tecnologias 1, 2 y 3.0.** Accióncultura – Museos y Patrimonio. Editora UOC. Barcelona, 2011.

BARTHES, Roland. **A câmera clara – nota sobre a fotografia.** Tradução: Júlio Castañon Guimarães. 9ª. Impressão. Editora Nova Fronteira. Rio de Janeiro, 1984.

BOBBIO, Norberto. **O tempo da memória – De senectute e outros escritos autobiográficos.** Tradução: Daniela Beccaccia Versiani. Editora Campus. Rio de Janeiro, 1997.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade.** EdUSP. Ensaio Latino-americanos I. Tradução: Ana Regina Lessa, Heloisa Pezza Cintrão. São Paulo, 1990.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **As transformações da relação museus e público: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento de um público virtual.** Rio de Janeiro, UFRJ-ECO, 2005. Orientadora: Profª Drª Lena Vania Ribeiro Pinheiro. Tese (Doutorado em Ciência da Informação).

_____; **As transformações da relação museu e público sob a influência das tecnologias da informação.** MUSAS – Revista Brasileira de Museus e Museologia. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Departamento de Museus e Centros Culturais. Número 2. Rio de Janeiro, 2006.

_____; **A relação museu e público: a contribuição das tecnologias da informação.** VIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Debates em Museologia e Patrimônio – Comunicação oral. Salvador, 2007.

_____; **Comunicação e informação de museus na Internet e o visitante virtual.** Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS Unirio | MAST. Museologia e Patrimônio. Vol. I – No 1 – jul/dez de 2008. <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.84.br/index.php/ppgpmus>

_____; **Comunicação e informação de museus na internet e o visitante virtual.** XIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. GT 9: Museu, Patrimônio e Informação – Comunicação oral. Rio de Janeiro, 2012.

_____; **Museu: novos aspectos informacionais, comunicacionais e gerenciais.** Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS Unirio | MAST. Vol. 5 – No 1 – 2012. <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus>

CASTELLS, Manuel. **Museums in the Information Era: Cultural Connectors of Time and Space.** Issue of ICOM News. ICOM General Conference of 1st to 6th July, 2001, Barcelona, Spain, 2001.

_____. **A Sociedade em rede** - a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo. Paz e Terra, 1999.

CHAGAS, Mário. **A imaginação museal** – museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro. Coleção Museu, Memória e Cidadania, Brasília, 2009.

D'AIOLA, C. **A função do Gatekeeper na imprensa.** Núcleo de Pesquisa Jornalística, Limeira, São Paulo. 2003.

D'AMARAL, Marcio Tavares (org.). **Contemporaneidade e Novas Tecnologias.** Comunicação e Sistemas de Pensamento – Seminários de Pesquisa. Idea. ECO. UFRJ. Sette Letras. Rio de Janeiro, 1996.

DECAROLIS, Nelly. **Museología y presentación:** un emprendimiento conjunto de ciencia y arte. Anais do XI Encontro Anual do Subcomitê Regional do ICOFOM para a América Latina e o Caribe – ICOFOM LAM. Cuenca e Galápagos, Equador, 23 a 30 de outubro de 2002.

DELOCHE, Bernard. **¿Es el museo virtual un competidor real para el museo institucional?** mus-A - Revista de los museos de Andalucía Publicación cuatrimestral con excepciones. Museos y Nuevas Tecnologías. Nº 5. Andalucía, 2005.

DESVALLÉES, Andrés; MAIRESSE, François (dir.). **Dicionário Enciclopédico de Museologia.** Paris: Armand Colin – ICOM. 1993.

DREIFUSS, René Armand. **A época das perplexidades** – Mundialização, globalização e planetarização: Novos desafios. 2ª. Edição. Editora Vozes. Petrópolis, 1997.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios.** Tradução: Marina Appenzeller. Papirus Editos. 2ª. Edição 1958. São Paulo.

FERREZ, Helena Dodd. **Documentação museológica:** teoria para uma boa prática. In: Fórum Nordeste de Museus. Trabalhos apresentados. IBPC/Fundação Joaquim Nabuco. Recife, 1991.

GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; SCOTT Lasch. **Modernização reflexiva – Política, tradição e estética na ordem social moderna.** Tradução: Márgda Lopes. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Tradução: Maria Célia Santos Raposo. Editora Vozes. 10ª. Edição. Petrópolis, 2002.

GOMBRICH, ERNST H. **A História da Arte.** Tradução: Álvaro Cabral. 16ª. Edição. LTC Editora. Rio de Janeiro, 1999.

GUERRA, Claudia Bucceroni. **Fotografias em museus e fotografias de museus:** o caso do Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA) e as novas abordagens

fotográficas. GT 9 – Museu, Patrimônio e Informação – IBICT/UFRJ. XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XIII ENANCIB, 2012.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 9ª edição. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2001.

ICOM. Museum International – **Key ideas in museums and Heritage (1949 – 2004)**. No. 261-264. 2015.

ICOFOM. Anais do **XI Encontro Anual do Subcomitê Regional do ICOFOM para a América Latina e o Caribe – ICOFOM LAM**. Cuenca e Galápagos, Equador, 23 a 30 de outubro de 2002.

JANSON, Anthony F.; JANSON, H. W. **Iniciação à História da Arte**. Tradução: Jefferson Luiz Camargo. 2ª. Edição. Martins Fontes. São Paulo, 1996.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual**. Tradução: Paulo Neves. Editora 34. São Paulo, 2003.

_____. **As Tecnologias da Inteligência – O Futuro do Pensamento na Era da Informática**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 2ª. Edição. Coleção Trans. Editora 34. São Paulo, 2010.

LEWIN, Kurt. **Frontiers in Group Dynamics**: Human Relations. V. 1, no. 2, 1947.

LIMA, Diana Farjalla Correia. **Ciência da Informação, Museologia e fertilização interdisciplinar**: Informação em Arte, um novo campo do saber. Rio de Janeiro, UFRJ-ECO, 2003. Orientadora: Profª Drª Lena Vania Ribeiro Pinheiro. 291p. Tese (Doutorado em Ciência da Informação).

LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno**. Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa. José Olympio Editora. 3ª. Edição. Rio de Janeiro, 1988.

MAGALDI, Monique Batista. SCHEINER, Teresa Cristina Moletta. **Reflexões sobre o Museu Virtual**. In: ENANCIB, 11, 2010, Rio de Janeiro: ANCI, 2010.

MARINHO, Sandra. **O papel do Gatekeeper na comunicação informal das organizações: um estudo de caso em I&D**. ALAIC, 2009.

MÁRQUEZ, Gabriel García. **Cem anos de solidão**. Tradução: Eliane Zagury. 48ª. Edição. Editora Record. Rio de Janeiro.

MOUTINHO, Mário C. **Museus e sociedade, reflexões sobre a fundação do Museu**. Museu Etnológico de Monte Redondo. Cadernos do Patrimônio, 5. Revisão: Marcelo Araújo, 1989.

ORWELL, George. **Nineteen Eighty-Four**. Reino Unido, 1949.

SCHEINER, Teresa Cristina Moletta. **Apolo e Dionísio no templo das musas**. Museu: gênese, idéia e representações na cultura ocidental. 1998. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro/ECO, Rio de Janeiro, 1998.

_____. **As Bases Ontológicas do museu e da museologia.** Museology and philosophy. ICOFOM STUDY SERIES, Coro, Venezuela, n.31, 1999a.

_____. **Imagens do 'Não-Lugar':** comunicação e os novos patrimônios. Orientador: Priscila Siqueira Kuperman. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2004. 294p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura).

_____. **O museu, a palavra, o retrato e o mito.** Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS. UNIRIO | MAST. Vol. 1, No 1. Rio de Janeiro, 2008.

_____. **O museu como processo.** Caderno de diretrizes museológicas 2. Mediação em Museus: curadorias, exposições e ação educativa. Belo Horizonte, 34-47 p., 2008.

_____. **Informação, memória, patrimônio e museu:** revisitando as articulações entre campos. Rio de Janeiro, p.31, 2010.

_____. **Museu, museologia e a 'relação específica':** considerações sobre os fundamentos teóricos do campo museal. Ci. Inf., Brasília, DF, v. 42 n. 3, p.358-378, set./dez., 2013.

_____. **Patrimônio, Museologia e Sociedades em transformação:** reflexões sobre o mundo inclusivo. In: ENANCIB, 16, 2015, Pernambuco.

SERULLAZ, Maurice. **O impressionismo.** Tradução: José Carlos Bruni. Coleção Saber Atual - difusão europeia do livro. São Paulo, 1965.

SFEZ, Lucien. **Crítica da Comunicação.** Tradução: Maria Stela Gonçalves, Adail Ubirajara Sobral. Editora Loyola. São Paulo, 1994.

STRÁNSKY, Zbynek. **Sobre o tema "Museologia, ciência ou apenas trabalho prático?"**. 1980. Revista Eletrônica do PPG PMUS – UNIRIO | MAST. Tradução: Tereza Scheiner. Rio de Janeiro, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Unisinos. 2001.

_____. **O que é jornalismo?** Lisboa: Quimera, 2002.

UNESCO. **Carta sobre a preservação do patrimônio digital.** 32ª Conferência Geral. Paris, 2003. <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001311/131178s.pdf>

WHITE, D. M. **O Gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias.** In N. Traquina, Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega. 1993.

WOLF, M. **Teorias da comunicação.** Lisboa, Presença, 1995.

GLOSSÁRIO

GLOSSÁRIOⁱ

A

Aplicativo – programa para computador, celular ou outros equipamentos eletrônicos, que tem por objetivo oferecer ao usuário soluções ou interatividade no menor tempo possível de resposta. Popularmente conhecido como “*App*”.

App – do termo em inglês *application*; o *App* ganha força e rápida expansão popular. Atualmente há uma infinidade de *Apps* pronto para atender o usuário, desde escolher uma pizza até saber qual será o índice pluviométrico de uma determinada região. “*App*” tornou-se uma expressão de conceito ampliado, que também metaforicamente pode significar “sempre há solução”.

B

Blog – estrutura gráfica *online* de textos, imagens, áudio e vídeos digitais, trabalhados graficamente em ambiente digital/virtual com intuito de divulgar rapidamente ideias, opiniões, dicas e orientações.

C

Compartilhar – ação realizada entre usuários virtuais; gerar uma cópia virtual ou disponibilizar o *link* para acesso a um determinado conteúdo digital.

Conectar-se – abrir/estabelecer contato em uma rede virtual; replicar-se digitalmente e simultaneamente em diferentes ambientes e plataformas virtuais.

Curtir – ação virtual onde o usuário manifesta interesse por determinado dado/informação/imagens digitais; entre usuários, ganha status de popularidade quem obtiver mais “curtidas” em seus conteúdos digitais; mais comum no ambiente do *Facebook*.

G

Gadget – nome popular dado aos dispositivos eletrônicos portáteis, como por exemplo o celular e o *tablet*.

Gatekeeping – controle de dado/informação/imagens digitais que estarão disponíveis digitalmente e/ou virtualmente; reter e dar acesso. Chamamos de *gatekeeper*, o usuário responsável por essas ações.

H

Hashtag – função digital dada ao símbolo “#” dentro do contexto de palavra-chave; toda palavra, termo ou expressão precedida de “#” (*hashtag*), no ambiente virtual é alvo de captura e cruzamento em todo conteúdo correlato na Internet.

L

Like – ação virtual onde o usuário manifesta interesse por determinado dado/informação/imagens digitais; entre usuários, ganha status de popularidade quem

obtiver mais “curtidas” em seus conteúdos digitais; mais comum no ambiente do *Instagram*.

Link – ligação, conexão, significando a possibilidade de acesso direto a um assunto, estando dentro de outro; criar relações virtuais (em português, usa-se também o termo *linkar*).

O

Online – estar apto virtualmente para recepção, transmissão e interatividade de dados/informações/imagens digitais.

Off-line – estar bloqueado temporariamente para transmissão, recepção e interatividade virtual. Os dados/informações/imagens digitais, transmitidos neste período, estarão disponíveis somente quando o usuário ficar *online*.

R

Realidade aumentada (AR) – experiência proporcionada ao usuário onde ocorre a sobreposição da realidade virtual com o ambiente vivido por esse usuário em tempo real.

Realidade virtual – ambientação construída totalmente em meio digital, proporcionando ao usuário uma experiência virtual, em alguns casos, também sensorial (cheiro, temperatura, movimento).

Reblogar – termo utilizado, principalmente, no *Tumblr*, apropria-se do mesmo conceito de “compartilhar”, onde o usuário replica o conteúdo a um grupo ou outro usuário.

S

Selfie – termo derivado de ‘*self*’ (Id, mesmo) é utilizado para denominar o autorretrato digital e “revelado” em ambiente virtual; carga simbólica virtual do indivíduo globalizado.

T

Tag – palavra-chave.

Theme – palavra-chave em um conceito mais abrangente dentro do *Tumblr*; os cruzamentos são mais ampliados, possibilitando maior acesso ao tema principal e seus correlatos.

Touch screen – tipo de tela que responde a comandos através do toque; ato de tocar ou deslizar sobre a tela de um determinado *gadget*, de modo a confirmar ou redirecionar para outro ambiente digital/virtual; este movimento, (na maioria corpóreo - dedos das mãos) ganha nova simbologia, onde estar conectado, estar à frente de seu tempo, significa: poder direcionar comandos apenas com um movimento “virtual” do seu corpo.

ⁱ A autora destaca alguns termos citados ao longo da dissertação. Estes termos estão imbricados em novos conceitos, estruturados e resignificados no ambiente digital/virtual. Estão cada vez mais presentes no vocabulário e **comportamento dos indivíduos globalizados**.