

I.3. O mundo da Internet

"A informática já não tem a ver com computadores. Tem a ver com a vida"
Nicholas Negroponte (1996) **Ser Digital**. p. 14

A Internet é algo ainda muito novo, pois a proliferação de seu uso começou efectivamente na década de 90 do século XX. Mesmo uma das funcionalidades mais antigas, como o correio electrónico, é relativamente nova, pois em 2004 comemorou 30 anos de existência. Em termos históricos é um tempo muito curto. No entanto, já é possível verificar algumas transformações ocorridas em várias áreas do conhecimento por causa do advento da Internet. Hoje, é quase impossível pensar num mundo sem a sua presença, mesmo que boa parte de seus usuários viveram sua infância, adolescência e juventude sem utilizá-la.

O objectivo deste capítulo é entender qual é a configuração da Internet, como ela surgiu e como acarretou uma revolução no mundo. Mais do que um capítulo introdutório à questão da virtualidade que será trabalhada a seguir, este capítulo tem como objectivo entender os processos de comunicação deste novo veículo. Não há uma intenção de aprofundar este estudo, visto não ser este o objecto da dissertação, mas compreender alguns aspectos fundamentais para o entendimento da questão. Para isso, serão discutidas a criação do hipertexto e o surgimento do ciberespaço, que foram de fundamental importância para o desenvolvimento da Internet.

I.3.1. Configuração da Internet

A Internet é uma rede que liga computadores do mundo inteiro. Para ter acesso a esta rede, basta conectar-se a um computador equipado com *modem* ou uma placa de rede ligada a um provedor de acesso³⁵. Esse computador local será ligado a um outro computador e assim por diante. A conexão entre estes computadores pode ser feita por telefone, por satélite ou por cabo. A Internet não é só uma rede, mas uma conexão de várias redes, interligando-se entre si. Os nós da Internet estão espalhados pelo mundo inteiro, possibilitando um acesso rápido a qualquer conteúdo.

A Internet é, também, uma grande biblioteca com médias variadas (textos, livros, músicas, fotos, vídeos, jogos, etc.) cujo conteúdo está descentralizado e armazenado em computadores servidores (*servers*) ao redor do mundo. Os servidores são máquinas de alta capacidade, com grande poder de processamento e conexões velozes controladas por

³⁵ - *Modem* são as iniciais das palavras MODulator-DEMolutor, é um dispositivo físico (*hardware*) que permite ao computador ligação à linha telefónica ou ao cabo.

universidades, empresas e órgãos do governo, utilizando os protocolos de comunicação TCP/IP³⁶.

Para que todos os computadores possam estar em rede, permitindo que seus utilizadores conversem, foram criados protocolos de comunicação. Os protocolos são regras que permitem a troca de informações entre computadores e sistemas operacionais diferentes. Para cada tipo de função na Internet foi criado um protocolo específico. Para ter acesso ao correio electrónico foi criado um sistema universal que lê o endereço que contém o símbolo arroba no meio³⁷. Para a transferência de ficheiros foi criado o FTP, que permite que um utilizador tenha acesso a um directório de um servidor remoto³⁸. E por fim, foi criado o protocolo HTTP que permite o acesso às páginas estáticas (em formato HTML) ou páginas dinâmicas extraídas de base de dados³⁹. O protocolo HTTP é utilizado nos *browsers* que são programas que lêem as páginas *web*⁴⁰. Foi a criação dos *browsers* que permitiu a popularização da Internet fora dos meios académicos.

A Internet está descentralizada e não tem dono. E nisso, reside todo o seu sucesso. Não existe um órgão central de controlo, pois cada nó da rede interliga-se de forma autónoma com os outros nós. Foi criada uma organização de utilizadores chamada ISOC – Internet Society - que promove a troca de informações sobre o seu uso (SILVA & REMOALDO, 1997) e cada país optou por uma determinada instituição para o controlo da Internet e dos nomes de domínio da Internet naquele país⁴¹. Em Portugal a entidade responsável pelos nomes de domínio é a FCCN – Fundação para Computação Científica Nacional. No Brasil, o organismo responsável é o Comité Gestor da Internet, criado em 1995, que através do Registro.br controla o registo dos nomes de domínio⁴².

A Internet é mantida pelas pessoas e empresas que pagam as suas conexões. Os custos de manutenção das páginas são suportados pelas pessoas, empresas e instituições que são responsáveis pelo seu conteúdo, utilizando-se para isso de venda de publicidade e outros

³⁶ - *Transfer Control Protocol/Internet Protocol*: Protocolo de controlo de transferência.

³⁷ - *E-mail*: endereço electrónico de correspondência. O *e-mail* é sempre composto pelo nome escolhido pelo usuário, seguido do símbolo @ e logo após o nome do provedor de acesso. É um dos sistemas mais utilizados actualmente no mundo inteiro.

³⁸ - *File Transfer Protocol*: protocolo utilizado para transferência de ficheiros. Esse sistema permite que o utilizador envie determinado ficheiro (texto, imagem, etc.) através de um programa de janelas, onde o remetente lê o directório do destinatário.

³⁹ - A sigla *Hyper Text Markup Language* significa em inglês Linguagem de Marcação de Hipertexto. É a linguagem padrão usada para criar páginas *web* com programação de hipertexto. E a sigla *Hyper Text Transfer Protocol* é um protocolo de transferência de hipertextos que permitem a leitura das páginas *web* pelos *browsers*.

⁴⁰ - O *browser* é o *software* ou programa, usado para visualizar páginas *web*. Actualmente os mais usados são o Internet Explorer e o Netscape Navigator (ou Mozilla).

⁴¹ - Os nomes de domínio também são chamados de URL – *Universal Resources Locators*.

⁴² - Portaria Interministerial Número 147 de 31 de Maio de 1995.

mecanismos de captação de recursos. Um dos maiores usos da Internet é a consulta às páginas de conteúdo. Este sistema só foi possível usando a tecnologia dos hipertextos⁴³.

1.3.2. Origens da Internet

A ideia de uma rede que ligasse todos os computadores surgiu no contexto da Guerra Fria. Na ocasião, estudiosos do Pentágono, com medo da eminência de uma terceira guerra mundial, começaram a pesquisar formas de armazenar dados que pudessem estar disponíveis em vários servidores e não em um único servidor. Assim, se um servidor fosse destruído, as informações vitais para a segurança dos Estados Unidos estariam à salvo nesta rede virtual. É essa a ideia que deu origem à uma rede descentralizada. A Internet nasceu, portanto, por questões políticas e de segurança militar (ROSA, 2003).

Em 1962 Joseph Licklider, investigador do MIT – Massachusetts Institute of Technology, escreveu uma série de artigos em que propunha o conceito de ‘Galactic Network’. A ‘Galactic Network’ seria um conjunto de computadores, ligados entre si, a partir dos quais qualquer pessoa poderia ter acesso a informações muito diversas, independentemente do local onde elas se encontrassem (MARCELO, 2001).

O início das primeiras redes de computadores aconteceu no final dos anos 60 e início dos anos 70, sendo conhecidas como tecnologias de Redes Locais (LANs - *Local Area Networks*). Para resolver os problemas de incompatibilidade das redes, surgiu no final de 1970 o projecto ARPA (Advanced Research Projects Agency), do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, usando tecnologias variadas. O Pentágono viu que a rede podia ser utilizada como troca de informações entre as universidades americanas e cedeu-a, que no seu início era ligada somente a quatro computadores, para uso académico. O primeiro nó da rede da ARPA, mais conhecida como ARPANET, foi efectuado pela Universidade da Califórnia, em Los Angeles (UCLA), em 1969.

Na década de 70 com o surgimento do computador pessoal (PC), a ARPANET começou a ter um sentido muito mais amplo. Não só a proliferação do uso dos PC's estimulou o crescimento da rede, mas também o surgimento do Unix, sistema operativo criado pela Bell Laboratories, foi responsável pela propagação da comunicação.

Em 1983, a ARPANET dividiu-se em duas: a ARPANET para investigação e a MILNET, para uso militar (RHEINGOLD, 1996). Surgiram os protocolos de comunicação, o correio electrónico e o sistema de FTP. Em 1986, a NSF - National Science Foundation

⁴³ - O hipertexto permite cruzar informações dentro do próprio site ou com informações de outros sites através de *links* (marcações) no texto ou imagens da página.

tornou-se o principal sustentáculo da rede das redes, agora com o nome de Internet. Nasce então a Internet (**Inter**connected **Net**works) ou World-Wide Web (WWW), usando o sistema de TCP/IP. No entanto, o conceito de Internet foi criado por Vint Cerf e Bob Jahn em 1973. Era a ideia de ligar redes isoladas com uma linguagem comum.

No entanto, a banalização da Internet só foi possível a partir de 1989, quando da criação de um sistema de informação baseado em hipertextos. Concebido por Tim Berners-Lee e Robert Cailliau do CERN (Centre Européen de Recherches Nucléaires), localizado em Genebra, este sistema está baseado em três ideias principais: a navegação por hipertextos, a integração dos sistemas existentes (e-mail, FTP, etc.) e apoio multimédia. E em 1990 a ARPANET foi desactivada. Em 1991 surgiu a mais importante ferramenta da Internet: o HTTP. Em 1993, surgiu o Mosaic, primeiro *browser*, sistema capaz de codificar e descodificar os hipertextos, e em 1993, a NSF, que é um organismo do Governo americano, transferiu suas funções à iniciativa privada.

Em Portugal as primeiras ligações à rede foram feitas em 1991 através do PUUG – Portuguese Unix Users Groups. Neste mesmo ano a FCCN iniciou o registo de nomes de domínios.pt. Em 1992 o primeiro servidor *web* foi colocado em funcionamento. Em 1994 é considerado o ano Zero da Internet em Portugal por ser o ano de inauguração do serviço de acesso à Internet pela Telepac (SILVA, 1999).

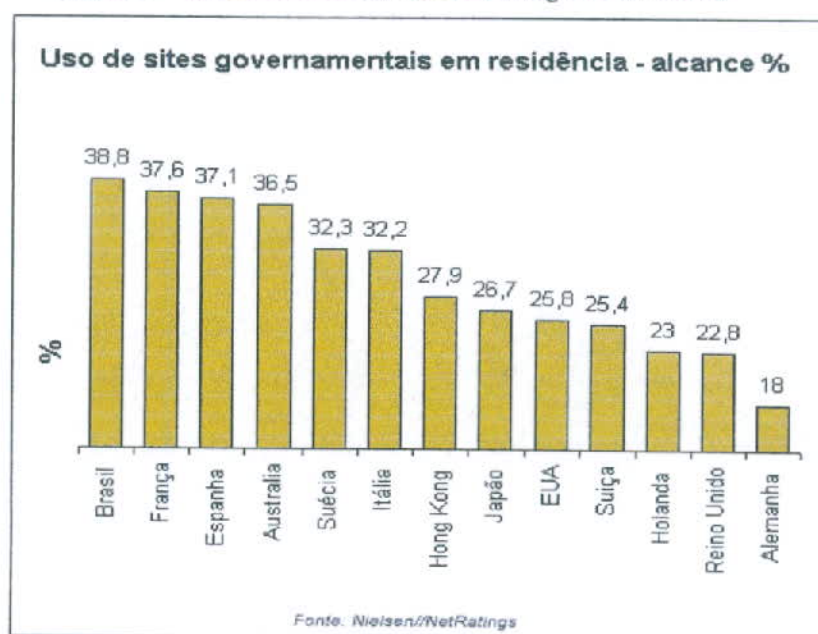
Em Maio de 1989 já existiam no Brasil três ligações à Internet: entre o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) do CNPq, no Rio de Janeiro e a Universidade de Maryland, em Washington, entre a Fundação de Amparo à Pesquisa do estado de São Paulo (Fapesp) e o Fermi National Laboratory (Fermilab) em Chicago e entre a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e a Universidade de Califórnia em Los Angeles (UCLA) (STANTON, 1998). Em 1991 através da linha da Fapesp foi liberado o acesso às universidades, instituições de pesquisa e órgãos governamentais. Em Maio de 1995 através de uma portaria conjunta do Ministério das Comunicações e do Ministério da Ciência e Tecnologia a Internet foi liberada aos provedores comerciais.

Surgida como um meio de comunicação e de troca de informações entre as universidades americanas, a Internet começou a expandir-se realmente pelo mundo e criar uma nova realidade a partir de 1993. A popularização do uso dos microcomputadores (os PC's) foi o grande responsável pelo crescimento da Internet. A criação de sistemas operacionais mais acessíveis permitiu também o crescimento de números de utilizadores da Internet. Os números da Internet crescem a cada ano de forma cada vez mais acelerada. Segundo o Instituto Ipsos-Insight, que realizou pesquisa em 12 países, o número de pessoas conectadas à Internet aumentou 7% em 2002, totalizando no conjunto desses 12 países, 335

milhões de utilizadores⁴⁴. Em Julho de 2003, 38,3% dos portugueses possuía computadores em suas residências e 21,7% teria acesso à Internet em casa⁴⁵.

Em pesquisa realizada em Dezembro de 2003, o número de utilizadores no Brasil conectados em suas residências estava na ordem dos 12,3 milhões de pessoas, ou seja 7,23% da população⁴⁶. Embora aparentemente a proporção de utilizadores residenciais não é tão grande no Brasil, o uso da Internet está cada vez mais difundido. Em pesquisa realizada em Maio de 2004, o Brasil era segundo país com maior tempo de consulta à Internet, dispendendo cada pessoa 13 horas e 51 minutos por mês⁴⁷. Este número só é maior no Japão. Além disso, o Brasil é o país onde os sites governamentais são mais consultados pela população.

Gráfico 1 – Gráfico sobre a consulta a sites governamentais



Fonte: www.ibope.com.br (consultado em 20/05/2004 às 12h30)

O crescimento da Internet em todo o mundo tem superado as expectativas e previsões do mercado. No entanto, é preciso alertar que a Internet, mesmo com toda popularização, ainda é uma forma de comunicação pouco utilizada se trabalharmos com os números globais da população do mundo. Ainda são muitos os excluídos digitais. Em 2001, numa pesquisa

⁴⁴ - Informação retirada endereço da World Wide Web: <http://www.ipsos-insight.com/tech/publications/fow.cfm>, em 2 de Março de 2004, às 16h00.

⁴⁵ - Pesquisa efectuada pelo Instituto Nacional de Estatísticas – INE. <http://www.ine.pt>, consultada em 2 de Março de 2004, às 15h45.

⁴⁶ - Dados levantados pela pesquisa IBOPE//NetRatings. <http://www.ibope.com.br>, consultada em 20 de Março de 2004, às 15h30. Este número é relativo aos utilizadores conectados em suas residências e não leva em conta o número de pessoas que têm acesso à Internet no trabalho ou em outras instituições. A população do Brasil conta actualmente com 170 milhões de pessoas segundo dados do censo demográfico de 2000, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (<http://www.ibge.gov.br>).

⁴⁷ - Pesquisa IBOPE//NetRatings. Disponível no endereço www.ibope.com.br e retirada em 26 de Junho de 2004, às 11h20.

realizada pela Internet Business demonstrou que 41% de todo acesso mundial concentrava-se nos EUA e Canadá e que a América Latina respondia por apenas 4% (SILVEIRA, 2001). Os países mais pobres são justamente aqueles onde os números da Internet são menores, pois a exclusão digital é, também, uma face da exclusão social.

1.3.3. Uma revolução silenciosa

Hoje quando falamos em novas tecnologias de comunicação não poderemos deixar de falar da Internet. E como afirma Negroponte, hoje em dia, a informática diz mais respeito à vida do que aos computadores. O surgimento de novas tecnologias de informação está modificando a forma como as pessoas vêem o mundo. É uma autêntica revolução da tecnologia da informação. E “A tecnologia da informação é para esta revolução o que as novas fontes de energia foram para as revoluções industriais sucessivas.” (CASTELLS, 2002:68). Segundo Castells essa revolução permitiu a criação de um novo paradigma: o da tecnologia da informação. Manuel Castells (2002) aponta cinco características deste novo paradigma⁴⁸. A primeira característica deste paradigma é a sua **matéria-prima** que é a informação, ou seja, são tecnologias para agir sobre a informação e não apenas informação para agir sobre a tecnologia. Um segundo aspecto diz respeito à **penetrabilidade dos efeitos** das novas tecnologias. Todas as actividades humanas são moldadas pelo novo meio tecnológico, acrescenta Castells. Como terceira característica ele aponta a **lógica de redes** como um elemento essencial neste novo paradigma. Em quarto lugar surge a **flexibilidade**, ou a possibilidade de reconfiguração das redes e organizações. E por fim, a quinta característica do paradigma tecnológico é a possibilidade de **integração** entre os sistemas, ou seja, a convergência tecnológica entre equipamentos electrónicos. Neste sentido, Nicholas Negroponte (1996) defende que a convergência tecnológica será o grande passo para o futuro. Ela possibilitará ao homem cada vez mais usufruir das novas tecnologias que fazem parte de seu quotidiano.

No entanto, é lícito afirmar que a relação entre as pessoas e as novas tecnologias traz algumas questões polémicas. Alguns autores como Jean Baudrillard e Paul Virilio vêem esta relação com certa temeridade. Baudrillard (1997) admite que a digitalização do saber e da informação trará cada vez mais benefícios à humanidade mas não percebe as implicações que esta revolução trará ao quotidiano das pessoas. Já Paul Virilio (2000) considera que é absurda a ideia de que o ciberespaço possa servir à democracia, pois a Internet reproduz as mazelas da

⁴⁸ - Para a definição do paradigma da informação, Castells baseou-se na concepção de paradigma tecnológico enunciado por Carlota Perez, Christopher Freeman e Giovanni Dosi.

sociedade. Virílio possui uma visão de que a Internet, por ter sua origem no Pentágono, é um veículo de comunicação essencialmente militar.

Entre os autores considerados ciberotimistas, destacam-se Manuel Castells, Pierre Lévy e Nicholas Negroponte que vêem na Internet uma nova forma inovadora de comunicação e interação. Mesmo autores mais cépticos como Dominique Wolton defendem a capacidade da Internet em modificar o quotidiano das pessoas, pois “*Com a Net, estamos do lado da emissão, da capacidade de transmissão sem reflexão a priori sobre o receptor (que poderá ser qualquer internauta, em qualquer parte do mundo).*” (WOLTON, 2000: 91)

A massificação da comunicação que se efectivou de forma irreversível pela Internet, trouxe uma nova perspectiva: a de que as novas tecnologias servirão para auxiliar as pessoas no seu dia-a-dia. Nessa concepção, a Internet não é só um meio de comunicação de massa mas também uma forma de ver o mundo. Nicholas Negroponte (1996) chega mesmo a defender que vivemos a era da pós-informação, ou seja, a Internet não só um meio de comunicação de massas, mas também a personalização da informação do **eu** digital⁴⁹. Para este autor, a Internet possibilita essa convergência entre o **eu** personalizado e o mundo, uma vez que é acessível a qualquer pessoa não só a sua consulta, mas também a possibilidade de interação neste novo universo.

Segundo Michael Benedikt (1991), os egos e seus múltiplos papéis têm uma nova existência no ciberespaço, pois a Internet possibilita aos actores sociais uma maior comunicabilidade com o mundo, seja na produção de diários (*blogs*) ou na criação de páginas pessoais⁵⁰. O surgimento de ferramentas para a construção dos *weblogs* possibilitou a proliferação da criação de páginas pessoais, permitindo a troca de experiências pelos seus utilizadores. Os *weblogs* “(...) propiciam um outro tipo de vivência: *desmaterializada, desterritorializada, constituída a partir da relação com o mundo virtual, no não-lugar*” (KESSEL, 2003: 68) e permitem também a construção colectiva de um determinado conteúdo, tornando-se num “(...) *um objecto comum, dinâmico, construído (ou, pelo menos alimentado) por todos aqueles que o usam.*” (LÉVY, 2001: 122). A proliferação dos *blogs* deu à Internet uma nova face: a de um grande mural de troca de experiências. Utilizadas, na sua maioria, por adolescentes, as ferramentas de criação e manutenção dos *blogs*, permitem uma maior interação das pessoas com a Internet. Nesse sentido, há uma grande tendência

⁴⁹ - Um autor que estuda mais profundamente a questão da identidade na era da Internet é Sherry Turkle em suas obras: **O segundo eu: os computadores e o espírito humano** e **A vida no ecrã: a identidade na era da Internet**.

⁵⁰ - O *blog* ou *weblog* é uma espécie de diário na Internet. Permite ao utilizador acrescentar informações, imagens, *links* sem possuir conhecimento específico para a construção de páginas *web*. O *boom* do uso dos *blogs* foi a partir de 1999. Segundo pesquisa realizada pelo Ibope/NetRatings, o número de visitantes aos *blogs* cresceu 14,6% no Brasil entre Janeiro e Maio de 2004. Informação retirada do site: <http://www.ibope.com.br>, em 26 de Junho de 2004, às 11h10.

pela substituição das páginas pessoais pelos *blogs*, por tratar-se de ferramentas de fácil uso por qualquer pessoa, sem necessidade de maiores conhecimentos informáticos para a sua manipulação.

Pierre Lévy (1994) chega mesmo a definir a Internet como uma nova mutação cultural da humanidade, fenómeno este a que ele dá o nome de **tecnologias da inteligência**⁵¹. Para este autor, diferentes tecnologias da inteligência tem se sucedido ao longo da história da humanidade: a primeira fase seria das sociedades orais, o segundo marco é o surgimento da escrita, o terceiro a criação da imprensa e por último o surgimento da Internet⁵². Para Lévy (1994), o surgimento da Internet é tão importante quanto a passagem das culturas orais para a cultura escrita, pois conjuga características das sociedades orais, quando as mensagens eram recebidas no momento exacto da emissão, com elementos dos meios de comunicação actuais (escrita, televisão, rádio), permitindo a comunicação mesmo sem o contacto directo com o receptor da mensagem. A Internet, no entanto, permite uma interacção maior entre emissor, receptor e mensagem. Lévy chama isso de **universalidade sem totalidade**.

“Com efeito, o maior evento cultural anunciado pela emergência do ciberespaço é o desatrelamento entre esses dois operadores sociais ou máquinas abstratas (muito mais do que conceitos!) que a universalidade e a totalização são. A causa é simples: o ciberespaço dissolve a pragmática de comunicação que, desde a invenção da escrita, havia conjuntado o universal e a totalidade. Com efeito, leva-nos de volta a essa situação anterior a escrita — porém, numa outra escala e em outra órbita — na medida em que a interconexão e o dinamismo em tempo real das memórias online faz os parceiros da comunicação partilharem novamente o mesmo contexto, o mesmo imenso hipertexto vivo.” (LÉVY, 1998)

A Internet será a revolução do século XXI, pois permitirá uma nova forma de interacção do sujeito social com o seu mundo. É uma revolução porque as novas tecnologias possibilitam não só um maior acesso às informações, de modo globalizado e instantâneo, mas também uma interacção maior pelos utilizadores. Além disso, a Internet, como veremos a seguir, não ocupa espaços tradicionais, pois no dizer de Jean-François Lyotard (1989: 71) tem uma “(...) capacidade global de memorização que devemos estimar à escala cósmica.” Por fim, é

⁵¹ - Lévy chega mesmo a propor um quadro dos três pólos do espírito: pólo da oralidade primária, pólo da escrita e pólo informático-mediático. No pólo informático-mediático “os actores da comunicação partilham cada vez mais o mesmo hipertexto”. (LÉVY, 1999:160).

⁵² - Nesse sentido, Lévy apoia-se nas ideias de Marshall McLuhan, que em sua obra **A Galáxia de Gutenberg** aponta a criação de uma nova era nas comunicações a partir da invenção da imprensa por Gutenberg. McLuhan defende o surgimento de uma nova era com o surgimento da televisão e a globalização do mundo, ao cunhar o termo ‘aldeia global’.

importante ressaltar, parafraseando Melvin Kranzberg, que a Internet não é nem boa, nem ruim, mas necessária⁵³.

A Internet é um veículo e uma forma de comunicação em constante evolução e necessária, nos dias de hoje, a qualquer instituição. É praticamente impossível prescindirmos da Internet para a realização de uma pesquisa nos dias de hoje. Cada vez mais temos mais acesso às informações através da Internet, e cada vez mais temos mais necessidades de mais informações. Mas a revolução da Internet também é a revolução do hipertexto, uma forma de acesso à informação criada anteriormente, mas que teve o seu *boom* com a Internet. Isso é o que veremos a seguir.

I.3.4. A revolução do hipertexto

O hipertexto pode ser definido como uma forma de acesso às informações através de *links* entre vários textos⁵⁴. Pierre Lévy define o hipertexto com “*Um conjunto de nós conectados pelas ligações. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem ser, eles próprios, hipertextos*” (LÉVY, 1994: 43).

A ideia de hipertexto foi enunciada pela primeira vez por Vannevar Busch, em 1945, num artigo publicado na revista ‘Atlantic Monthly’ cujo título era ‘As we may think’ (BUSCH, 1945). Baseado num sistema de microfichas chamadas Memex, Busch afirmava que a mente humana opera por associação de redes e caminhos criados pelas células do cérebro. Para Busch, a criação do sistema Memex era justificada pela necessidade do processamento das informações colectadas pelos pesquisadores, em número cada vez maior, transformando-se numa explosão de informações (LANDOW, 1995). O Memex utilizava o sistema de hipertexto para compilar e organizar estas informações.

No entanto, o termo hipertexto só foi utilizado, com a ideia de exprimir uma escrita/leitura não linear no sistema informático, na década de 70 por Theodore Nelson (LÉVY, 1994). Nesse sentido, Theodore Nelson utilizou o termo hipertexto para criticar a linearidade da escrita, pois o hipertexto possibilita o cruzamento de informações, distribuídas em ficheiros diferentes. O conceito de hipertexto defendido por Nelson é de “(...) *una*

⁵³ - Melvin Kranzberg em seu artigo ‘The information age: evolution or revolution?’ publicado no livro de Bruce Guile **Information Technologies and Social Transformation**, em 1985 e citado por Manuel Castells em **A Sociedade em rede**. Vol. 1. p. 113., afirma que “*a tecnologia não é nem boa, nem ruim e também não é neutra*”.

⁵⁴ - No hipertexto, a ideia de cruzamento não só em relação aos textos propriamente ditos, mas aos ficheiros armazenados em diferentes servidores.

*escritura no secuencial a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva*⁵⁵.” (citado por LANDOW, 1995: 15)

George Landow (1995) trabalha o conceito de hipertexto, utilizando-se da concepção de texto preconizados pelos estruturalistas e pós-estruturalistas, nomeadamente Roland Barthes e Michel Foucault⁵⁶. Nesse sentido, o conceito de hipertexto é a de um texto electrónico composto de fragmentos de textos e os nexos electrónicos que conectam entre si. Para Landow, a versatilidade do hipertexto está justamente em estabelecer essas ligações entre vários textos, tornando o leitor, um sujeito activo no processo da leitura. O hipertexto, na visão de Landow, permite uma leitura descontínua e aleatória. Ele chega a afirmar que o hipertexto seria uma forma de metatexto, pois *“Una de las características fundamentales del hipertexto es estar compuesto de cuerpos de textos conectados*⁵⁷.” (LANDOW, 1995: 24)

O hipertexto, que já era utilizado em bases de dados multimédia e em CD-ROM's como uma forma de cruzar informações entre vários ficheiros, ganhou uma nova dimensão com a Internet. Com o hipertexto, a Internet tornou-se um meio de comunicação mais ágil e mais permeável, porque permitiu o cruzamento de informações alojadas em servidores distantes e não somente entre ficheiros de uma origem. O hipertexto possibilitou a criação de uma grande biblioteca desterritorializada. Ela é desterritorializada, pois permite armazenar e cruzar informações localizadas em espaços completamente diversos. Para alguns autores, nomeadamente Pierre Lévy, o surgimento do hipertexto é a grande ferramenta da revolução da Internet.

Segundo Pierre Lévy (1994) o hipertexto possui seis características: metamorfose, heterogeneidade, multiplicidade e encaixamento de escalas, exterioridade, topologia, e por fim, mobilidade dos centros. Todas estas características fazem do hipertexto a base para a interligação dos nós da rede. É como uma grande enciclopédia ligando verbetes a conteúdos mais diversos e variáveis. O hipertexto é uma ferramenta que possibilita ao utilizador uma interacção maior com o conteúdo apresentado nos sites, pois ele é apenas *“(…) uma matriz de textos potenciais, e apenas alguns vão realizar-se através da interacção com um utilizador”* (LÉVY, 2001: 37)

“Hipertextualidade significa acesso interactivo de alguma coisa para algum lado. Tal como a digitalização é a forma de produção de conceito, a hipertextualidade é a forma de armazenamento e distribuição de conteúdo.” (KERCKHOVE, 1999: 32)

Nesse sentido, o hipertexto tornou possível o cruzamento de informações variadas, permitindo ao utilizador uma maior navegação pelo conhecimento apresentado. Não que

⁵⁵ - Tradução: *“(…) uma escritura não sequencial a um texto que bifurca, que permite que o leitor e que se possa ler melhor num monitor interactivo”*.

⁵⁶ - Landow baseia-se nas obras de Michel Foucault *Arqueologia do Saber* e de Roland Barthes *S/Z*.

⁵⁷ - Tradução livre: *“Uma das características fundamentais do hipertexto é estar composto de corpos de textos conectados”*.

hipertextualidade é garantia total de interactividade, pois a interactividade demanda outras características que o hipertexto não abarca, mas é uma forma de acesso às informações.

1.3.5. Espacialidade e temporalidade na Internet: o ciberespaço

A Internet trouxe novos enfoques aos conceitos de tempo e de espaço. O processo de comunicação já não é mais unilateral mas permite interacção intemporal e espacial. O espaço na Internet (o ciberespaço) define as relações entre os indivíduos e o espaço virtual.

A palavra ciberespaço foi utilizada pela primeira vez no romance ‘Neuromante’ ou ‘Neuromancer’ (no original em inglês), de William Gibson. Publicado em 1984, o romance de Gibson apresenta o ciberespaço como um conjunto de redes de computadores onde as informações circulam. É no ciberespaço que acontecem as batalhas entre as empresas multinacionais pelo domínio do mundo. É a nova fronteira. O ciberespaço gibsoniano seria “(...) *uma «alucinação consensual» onde podemos nos conectar através de «chips» implantados no cérebro*” (LEMOS, s.d.).

O ciberespaço é definido por Pierre Lévy (2000: 95) como “(...) *o espaço de comunicação aberta pela interligação mundial dos computadores e das memórias informáticas*”. O ciberespaço é um espaço criado pela comunicação mediada por computadores, mais conhecida como CMC. Através da CMC é possível interagir neste novo espaço. Mas o espaço físico do ciberespaço, no sentido mais conhecido, é entendido como os computadores que armazenam as informações.

“O ciberespaço não compreende somente materiais, informações e seres humanos, ele é também povoado por seres estranhos, semi-textos, semi-máquinas, semi-atores, semi-cenários: os programas. Um programa ou software, é uma lista bem organizada de instruções codificadas que visam fazer cumprir uma tarefa determinada a um ou mais processadores. Por intermédio dos circuitos que eles comandam, os programas interpretam dados, agem sobre informações, transformam outros programas, fazem funcionar computadores e redes, accionam máquinas físicas, viajam, reproduzem-se, etc.” (LÉVY, 2000: 44)

As novas tecnologias de informação, mas principalmente a Internet, transformaram a relação das pessoas com o seu espaço. O ciberespaço é o não-lugar, é a ausência do espaço físico. Segundo Marc Augé (1998: 83), o termo não-lugar antropológico designa “(...) *duas realidades complementares mas distintas. Espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer), e a relação que os indivíduos estabelecem com esses espaços.*” Para Augé, o lugar antropológico possui três características comuns: ele é

identitário, relacional e histórico. Para ele, o ciberespaço é um não-lugar, pois a relação que os indivíduos estabelecem com a Internet é um espaço transitório, tal como conduzir um carro em uma rodovia ou comprar uma roupa em determinada loja. Nesse sentido, as comunidades virtuais também seriam não-lugares, uma vez que permitem a interação entre os seus membros mas de forma transitória⁵⁸. No entanto, a Internet pode também ser entendida como um lugar, na medida que cria relações entre as pessoas através de redes e conexões, etc. Nesse sentido, as instituições de memória quando criam laços na rede podem transformar-se em lugares de memória virtuais. A transformação do não-lugar em lugar de memória é possível e cria novas relações de uso da tecnologia.

“As novas tecnologias comunicacionais transformam a relação com o espaço, dando-nos uma percepção de mundo que altera nossa percepção e nossa memória, ao mesmo tempo em que colocam em xeque o conceito de lugar e criam um outro, o não-lugar, que é produto das tecnologias comunicacionais. Embora seja um conceito esvaziado de afetividade, o não-lugar dá sentido ao lugar – investido de memória/lembança – e cria um lugar antropológicamente eletrônico, possibilitando a uma nova sociabilidade.”
(MARCONDES, 1996:146)

Na concepção de Negroponte (1996: 175), a era da pós-informação afastará as limitações da geografia, possibilitando a interação com outros ambientes, pois “(...) a vida digital trará consigo uma dependência cada vez menor de um lugar específico num momento específico”. Nesse sentido, é importante entendermos o que podemos designar como lugar. Usaremos o conceito preconizado por Manuel Castells (2002: 512) em sua obra ‘A Sociedade em rede’, que define o lugar como “(...) um local cuja forma, função e significado são independentes dentro das fronteiras da contigüidade física”. Castells distingue os espaços de fluxo (lugares de poder) dos espaços de lugares (lugares onde moramos). Nesse sentido, ele defende a construção de pontes culturais, políticas e físicas entre as duas formas de espaço (2002: 518), possivelmente a Internet. Segundo Pierre Lévy (2003) “O espaço cibernético é um novo espaço de interação humana”.

“Os mundos virtuais caracterizam-se não propriamente pela representação, mas pela simulação. Esta simulação é, na verdade, apenas uma das possibilidades de exercício do real. Os objetos e o espaço no qual eles se inserem são os agentes desta simulação⁵⁹. (...) eles não têm realidade substancial, posto que são imagens virtuais. Mas os mundos virtuais apresentam, através da matriz numérica, uma configuração espacial onde os

⁵⁸ - Não vamos aqui nos deter sobre o fenômeno das comunidades virtuais. Vários autores já se debruçaram sobre este tema, entre eles destacamos Howard Rheingold em sua obra **A Comunidade Virtual**.

⁵⁹ - Jean Baudrillard em sua obra **Simulacros e Simulações** defende que “(...) na perspectiva clássica (mesmo cibernética), a tecnologia é um prolongamento do corpo. É a sofisticação funcional de um organismo humano, que lhes permite igualar-se à natureza e investir contra ela triunfalmente” (1991:139)

objetos concretos inserem-se de maneira inteiramente nova.” (MARCONDES, 1996: 163)

O tempo é um dos conceitos que a Internet revolucionou. Segundo G.W. Leibniz (citado por CASTELLS, 2002: 555) “(...) o tempo é a ordem de sucessão das «coisas», de forma que sem as «coisas» não existiria tempo”. Em relação ao tempo, Giles Deleuze (2000) afirma que a sua primeira síntese é intratemporal, pois o tempo não sai do presente, ou seja, é sempre preciso um outro tempo para sintetizar o próprio tempo. Nesse sentido, a Internet é intemporal⁶⁰. É intemporal, pois permite interação sem os limites do tempo. O tempo virtual é um tempo real, ou seja, o acompanhamento das informações e dos acontecimentos mundiais já não estão mais dependentes dos horários dos telejornais ou da impressão dos jornais, mas ele é *online* e constantemente actualizado. Por isso, Castells (2002) afirma que esta intemporalidade reafirma uma cultura do eterno e do efêmero, pois a produção de informação apesar de intensa depende do “*contexto e do objetivo da construção solicitada*”. Nesse sentido, Jean- François Lyotard (1989: 71) afirmava que “(...) os computadores não param de sintetizar cada vez mais o tempo”. Nesse sentido, tempo já não é mais entendido como dantes, pois a Internet criou formas de sintetizá-lo.

I.3.6. Considerações finais

A revolução que a Internet está proporcionando, e que ainda pode proporcionar ao mundo é algo que nem mesmo os especialistas conseguem prever com rigor. Como já foi dito anteriormente, a Internet é um veículo em constante mutação, cada dia novas ferramentas surgem para facilitar o processo de comunicação. O caminho apontado por quase todos os especialistas é o da convergência entre várias mídias de comunicação: Internet, televisão digital, telefonia móvel, etc. As facilidades que esta convergência trará a todas as áreas de conhecimento, inclusive as ciências humanas, só o tempo dirá. Ao dizer que o hipertexto é uma outra revolução, dentro da própria revolução da Internet, reforça-se o poder de cruzamento de informações que ele permite. Nas ciências humanas, e obviamente na museologia, o hipertexto possibilita entrelaçar conteúdos que em suportes físicos seriam impossíveis. Esta possibilidade, bem como outras ferramentas disponíveis na Internet, abriu caminho para novas interações entre um património e seus utilizadores. Sob esse enfoque, a desterritorialização e desespacialização da Internet permitem um novo olhar sobre o património e conseqüentemente sobre a museologia. Os museus passam a ter uma ferramenta que os podem levar além de suas próprias fronteiras.

⁶⁰ - Segundo Manuel Castells, o “(...) tempo intemporal é apenas a forma dominante emergente do tempo social na sociedade em rede porque o espaço de fluxos não anula a existência de lugares.” (2002: 527)

1.4. A museologia no virtual

*“Lo virtual no es una moda anódina y pasajera. Es una verdadera piedra de toque de lo real o, mejor dicho, de nuestro sentido de la realidad”⁶¹. “Philippe Quéau (1995) **Lo virtual** p. 12.*

Conforme já foi demonstrado, a Internet está revolucionando a forma como as pessoas se comunicam. E isso não se passa de forma diferente na sua relação com a museologia. Os museus, como qualquer instituição, estão presentes na rede mundial de computadores. A criação de sites de museus proliferou a partir da década de 90, mas muitos museus ainda nem possuem sites institucionais. E muito deles possuem sites cujo único objectivo é apenas disponibilizar os endereços de contacto da instituição.

Por isso, o objectivo deste capítulo é justamente entender a contribuição da Internet para a museologia. Ou seja, como a museologia se apropria da Internet e quais são os usos que os museus fazem deste novo veículo de comunicação. Para isso, em primeiro lugar serão discutidos os conceitos de virtual e digital. Em seguida, será analisado o uso da Internet pelos museus e a evolução da discussão em congressos especializados, para analisarmos uma tipologia sobre os sites de museus, que divide em três categorias os sites actualmente existentes. Como o estudo de caso é sobre um museu virtual, o eixo central deste capítulo será a discussão sobre o conceito de museu virtual e suas implicações para a museologia. Por se tratar de algo muito novo na museologia, o conceito de museu virtual ainda é controverso. Esperamos poder dar uma contribuição para a discussão. E, no fim do capítulo serão analisadas as acções museológicas que podem ser exercidas no âmbito virtual.

1.4.1. O virtual e o digital

Antes de uma análise mais profunda sobre a definição dos museus virtuais é preciso diferenciar os conceitos de virtual e digital. Alguns autores debruçaram sobre o conceito do virtual sob um ponto de vista filosófico. Pierre Lévy (2001), baseando-se em Giles Deleuze (2000) e na filosofia escolástica, afirma que o virtual é o que existe em potência e não em acto, pois “(...) o virtual não se opõe ao real, mas ao actual: virtualidade e actualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes.” (LÉVY, 2001: 15) Para Lévy, a virtualização não é necessariamente a mutação de algo real em não-real, pois a virtualização desloca o centro de gravidade do objecto considerado. Lévy não vê a virtualização como uma ameaça e sim como um complemento. Nesse sentido, a virtualização altera as concepções de espaço, desterritorializando-o, e de tempo, causando um desprendimento do aqui e agora.

⁶¹ - Tradução livre: “O virtual não é uma moda anódina e passageira. É uma verdadeira pedra de toque do real, ou melhor dizendo, do nosso sentido de realidade.”

Em relação à discussão do conceito de virtual, Javier Echeverría (2000) questiona as ideias de Lévy, onde a virtualização é a oposição da actualização. Para Echeverría, as reflexões de Lévy sobre as tecnologias virtuais mostram-se inadequadas para uma análise filosófica, pois partem de um conceito apenas etimológico, pois “(...) *los artefactos tecnológicos non son entidade virtuales, sino reales*”⁶² (ECHEVERRÍA, 2000: 131).

Já Bernard Deloche (2001) trabalha o conceito de virtual sob um ponto de vista estético. Para o autor, a ideia de virtualidade engloba a ideia de síntese (simulação do real) e de imagem numérica. Para ele, o virtual renova profundamente o status da imagem, modificando a sua relação com a arte. Nesse caso, o museu é um mediador da relação do público com a arte. Para Deloche, é preciso distinguir o virtual do digital, pois a digitalização de uma determinada imagem não é necessariamente a criação de uma imagem virtual. O virtual não se confunde com o irreal ou o imaterial, pois “*C’est donc ailleurs qu’il faut chercher la virtualité de l’art, non pas dans l’irréalité ou l’immatérialité mais dans la positive même du sensible: montrer le sensible par un artefact. Et l’art n’est rien d’autre que la virtualisation du sensible*”⁶³ (DELOCHE, 2001: 150).

Deloche (2001) afirma que a arte é um artefacto, um produto artificial que a pessoa interpõe entre ele mesmo e o mundo. Nesse caso, a virtualização consiste em passar de um artefacto a outro artefacto, como uma espécie de substituição. Assim como Lévy, Deloche trabalha com os conceitos de Gilles Deleuze, onde “o virtual possui uma plena realidade enquanto virtual” (DELEUZE, 2000: 342). Para Deleuze, deve-se evitar, contudo, confundir o virtual com o possível, pois “(...) o possível opõe-se ao real; o processo do possível é, pois, uma «realização».” (DELEUZE, 2000: 345).

Philippe Quéau (1995) questiona a noção de realidade e considera que o virtual deve ser entendido como uma outra experiência do real, como um novo sistema de representação. Repensando o conceito aristotélico de potência, Quéau faz uma analogia entre o esboço de desenho que antecede a obra de arte para explicar o virtual. Segundo Quéau no entanto, é preciso distinguir a potência do virtual: “*Lo potencial es aquello que puede convertirse en actual. Lo virtual es la presencia real y discreta de la causa*”⁶⁴.” (QUÉAU, 1995: 28) Para Quéau, o virtual está mais próximo do conceito de potencial das teorias físicas contemporâneas, do que do conceito preconizado por Aristóteles, que via na potência uma atitude para receber uma forma. Para Quéau (1995), o virtual também pode propor novas

⁶² - Tradução livre: “(...) os artefactos tecnológicos não são entidades virtuais, senão reais”.

⁶³ - Tradução livre: “E por isso é necessário procurar a virtualidade da arte, não na irrealidade ou na imaterialidade, mas no sensível: mostrar o sensível através de um artefacto. E a arte não é outra coisa senão a virtualização do sensível.”

⁶⁴ - Tradução livre: “O potencial é aquilo que pode converter-se em actual. O virtual é a presença real e discreta da causa.”

faces de interacção e de comunicação entre as pessoas. Nesse sentido, também Mário Perniola distingue o virtual como o não potencial da tradição, pois “(...) *a oposição aristotélica entre paciência e acto privilegia o acto que constitui a forma plena e final do ser, a própria existência do objecto, em relação à qual a potência é mera pré-formação, pré-determinação, pré-existência.*” (PERNIOLA, 1994:107).

É preciso distinguir o virtual do digital. O digital só é possível a partir de um processo de digitalização, e o virtual já é uma realidade em si. Para Román Gubern (1996), a imagem digital é uma matriz de números, contida na memória de um computador, ou seja, a imagem digital é a representação de uma imagem real, em formato informático. Gubern utiliza os postulados de Aristóteles sobre a potência e faz uma distinção entre a produção da imagem e o seu resultado: “(...) *podemos llamar al modelo lógico-matemático de la producción infográfica «la obra en potencia» y a la imagen resultante «la obra en acto», correspondientes a las dos etapas de su modelización y de su visualización*⁶⁵.” (GUBERN, 1996: 143)

Ainda em relação à questão da digitalização nas discussões de arte e de estética, Régis Debray (1992) aponta a digitalização como uma ruptura na história da imagem no Ocidente. Para este autor, a passagem do analógico ao digital é uma ruptura tão grande quanto a arma atômica o foi para as guerras.

I.4.2. Os museus e a Internet

Assim como uso da Internet pelos museus ainda é algo recente, as discussões sobre este uso também o são. Em 1991, realizou-se em Pittsburgh, na Pensilvânia a primeira conferência sobre o uso da hipermedia e da interactividade nos museus. Mais conhecida pela sigla ICHIM - International Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums - esta conferência tem se realizado bianualmente nos Estados Unidos e em alguns países da Europa para discutir as questões sobre o uso das novas tecnologias nos museus⁶⁶. O objectivo dessas conferências é promover o potencial da multimédia interactiva nos programas dos museus. Nesse sentido também, em 1993, o MDA - Museum Documentation Association - organizou em Cambrigde

⁶⁵ - Tradução livre: “(...) *podemos chamar o modelo lógico-matemático da produção infográfica «a obra na potencia» e a imagem resultante «a obra no acto», correspondendo às duas etapas de sua modelização e sua visualização.*”

⁶⁶ - As informações sobre todas as conferências já realizadas encontram-se no site da instituição Archives & Museums Informatics, no endereço <http://www.archimuse.com/conferences/ichim.html>. O site foi consultado em 20 de Maio de 2004.

um congresso sobre Museus e Interactividade. Este congresso deu ênfase ao uso da multimédia nos museus⁶⁷.

Em relação ao uso da Internet pelos museus, os primeiros debates surgiram em 1997 quando se realizou em Los Angeles, na Califórnia, a primeira conferência sobre museus e Internet. Chamadas de 'Museums and Web', estas conferências são realizadas anualmente nos Estados Unidos ou Canadá e têm como objectivo reunir os profissionais dos museus, principalmente aqueles ligados às áreas de novas tecnologias, para discutir as questões pertinentes ao uso da Internet pelos museus⁶⁸.

Até o verão de 2004, o ICOM não possuía um comité específico sobre Internet e interactividade nos museus, por isso, as discussões sobre as novas tecnologias nos museus eram efectuadas pelo seu comité de documentação, o CIDOC – International Committee for Documentation, através de um grupo de trabalho específico sobre o uso da Internet. Criado em 1992 durante o encontro do ICOM em Québec, este grupo de trabalho começou a produzir durante o encontro na Noruega, em 1995, um documento sobre o uso de multimédia nos museus⁶⁹. Em 1996 o documento foi finalizado e traçou algumas directrizes sobre este novo desafio para os museus. O objectivo é esclarecer questões fundamentais sobre multimédia e a preservação do património através do uso das novas tecnologias nos museus. No entanto, diz muito pouco sobre o uso da Internet nos museus.

A Internet possibilitou transformar átomos em bits. Ou seja, matéria palpável (objectos) em código binário. E segundo Nicholas Negroponte (1996: 21) o bit "(...) não tem cor, tamanho nem peso e pode viajar à velocidade da luz". Nesse sentido, os museus passam a trabalhar com referências patrimoniais digitais na Internet. E, portanto, passíveis de serem trabalhadas de várias formas. Nesse sentido, a Internet possibilitou aos museus interagir de forma globalizada, alterando a noção de tempo e de espaço. Ou seja, o museu na Internet nunca fecha, pois "*L'accessibilité des musées sur les réseaux informatiques permet d'atteindre le grand public et de toucher la nouvelle génération de visiteurs de musées «en ligne»*"⁷⁰. (BALIGAND, 1998: 195)

Na Internet é possível abrir mão da exposição tridimensional, tradicionalmente usada pelos museus como forma de divulgação de seu acervo, criando novas perspectivas de

⁶⁷ - O MDA é uma organização, criada na Inglaterra em 1977. Tem como objectivo desenvolver actividades de discussão, publicação e formação na área de documentação museológica. Mais informações sobre suas actividades podem ser obtidas no site do MDA: <http://www.mda.org.uk>. O site foi consultado em 20 de Maio de 2004, às 11h20.

⁶⁸ - Os programas das discussões, bem como a publicação dos *papers* das conferências podem ser consultados no site <http://www.archimuse.com/conferences/mw.html>. O site foi consultado em 20 de Maio de 2004, às 12h30.

⁶⁹ - O documento final produzido pelo grupo de trabalho pode ser encontrado no site do CIDOC, pelo endereço <http://www.willpowerinfo.myby.co.uk/cidoc/multi1.htm>. O site foi consultado em 20 de Maio de 2004.

⁷⁰ - Tradução livre: "*A acessibilidade dos museus nas redes informáticas permite atender ao grande público e tocar a nova geração de visitantes dos museus online.*"

apresentação do acervo. Além disso, a Internet possibilita visitas virtuais, podendo atrair mais público para a visita 'real' (GARCIA, 1999: 515). Ou seja, além de ser um cartão de visitas do museu, a Internet possibilita o acesso ao património de uma forma mais ampla.

Actualmente, um grande número de museus possui sites institucionais. Como qualquer instituição do século XXI, os museus também buscam levar ao grande público informações sobre o conteúdo do seu acervo e sobre as actividades culturais desenvolvidas em seu espaço. Assim, o uso da Internet como meio de divulgação e comunicação possibilitou aos museus uma interacção maior com os utilizadores. Além da criação de sites com informações sobre o conteúdo de seu acervo, os museus utilizam também dos meios de comunicação próprios da Internet: e-mails, boletins, etc., para divulgar o trabalho desenvolvido. Segundo Maria Luísa Bellido Gant (2001), os museus transformaram a Internet num espaço para a apresentação de seus boletins, folhetos e catálogos, facilitando a divulgação de suas actividades.

Uma questão que se coloca é **como** a Internet é usada pelos museus. Mais do que um veículo de comunicação, a Internet permite uma maior interacção com o público, mas também com os especialistas. Além do uso como uma ferramenta de marketing, que estudaremos a seguir, a Internet possibilita a montagem de redes de conexão entre várias instituições afins e com objectivos convergentes. Este uso pode ser feito através de listas de discussões, fóruns, rede de comunicação, etc., pois a Internet possibilita uma troca de experiências entre os profissionais dos museus de forma mais rápida e consistente. Em 1994, Fátima Cofan Feijóo, da Universidade Complutense de Madrid, já fazia um alerta na revista de Museologia aos profissionais dos museus:

"Internet afectará las relaciones entre los profesionales del museo, por lo que debería existir una estrecha colaboración entre los museos con funciones similares, manteniendo lazos comunes mediante las discusiones on-line de los miembros y colaboradores para mejorar el producto de su trabajo"⁷¹. (COFAN FEIJOO, 1994: 35)

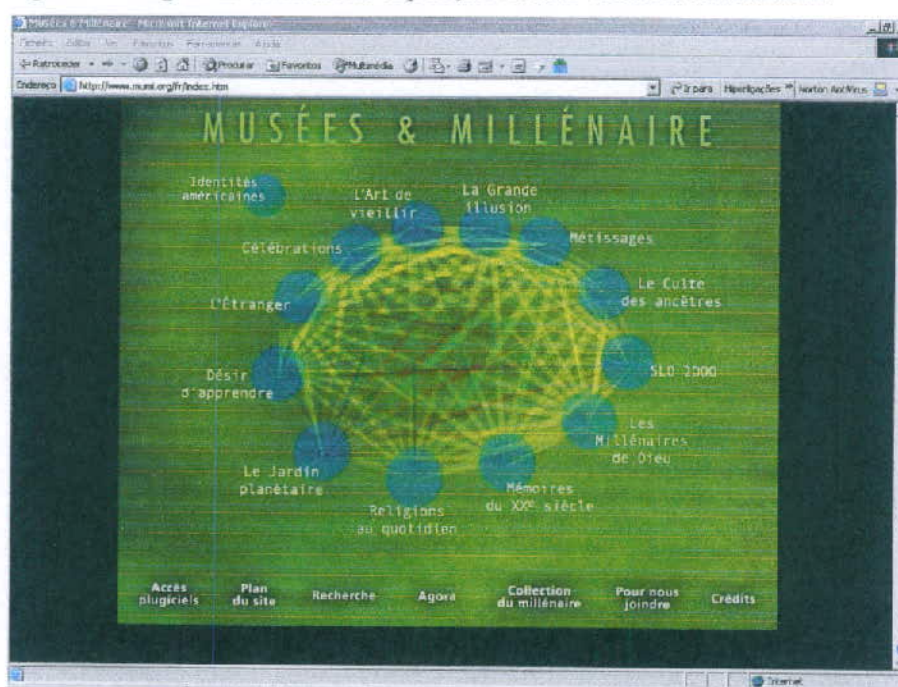
A troca de informações e discussões sobre temas no âmbito da museologia, através da criação de redes de informação é uma ferramenta que pode ser usada na Internet.

Outras formas de uso da Internet pelos museus são as colaborações multi-institucionais. Nesse caso, a instituição responsável pelo projecto convida outras instituições a participarem com conteúdos específicos, criando exposições permanentes na Internet. Um exemplo disso é a exposição 'Museus e Milénio', promovida pelo Museu da Civilização de Québec em 2000. O Museu da Civilização convidou várias instituições museológicas de todo o mundo para criar conteúdos ou expor conteúdos dos seus acervos relativos ao século XX. O resultado é

⁷¹ - Tradução livre: "A Internet afectará as relações entre os profissionais do museu, pelo que deveria existir uma estreita colaboração entre os museus com funções similares, mantendo laços comuns mediante as discussões online dos membros e colaboradores para melhorar o produto do seu trabalho."

uma exposição de conteúdos culturais e patrimoniais de vários museus no mundo. Nesta exposição colaboraram doze museus de várias partes do mundo: França, Estados Unidos, Suíça, Suécia, Eslovénia, Brasil, Canadá, Madagáscar, Itália e Alemanha. Este tipo de colaboração, embora mais raro, é de fundamental importância, pois permite que os museus usem a Internet no seu melhor: criando laços virtuais com outras instituições. Infelizmente, a maioria dos museus ainda não viram a potencialidade de utilizar a Internet para este tipo de colaboração inter-institucional. Para estas instituições, a Internet serve apenas como um grande painel para afixar suas informações institucionais, e não como uma ferramenta de troca e entrelaçamento de referências patrimoniais.

Figura 1 – Página de entrada da exposição virtual “Musées et Millénaire”



Fonte: <http://www.mumi.org> (consultado em 23/05/2004)

1.4.3. Tipos de sites de museus

Os museus estão acessíveis na Internet em variadas formas, mas existem três tipos básicos de sites. Neste trabalho iremos utilizar a tipologia criada em 1996 por Maria Piacente, citada por Lynne Teather (1998)⁷². Em sua tese de Masters of Arts nos Estados Unidos, Piacente enumera três categorias de *websites* de museus. A primeira categoria de sites é o **folheto eletrônico**, cujo objectivo é a apresentação do museu. Este tipo de site funciona como uma ferramenta de comunicação e de marketing. O utilizador tem acesso à história do

⁷² - PIACENTE, Maria. *Surfs Up : Museums and the world Wide Web*, MA Research Paper, Museum Studies Program, University of Toronto, 1996. Infelizmente não tivemos acesso às informações originais.

museu, aos horários de funcionamentos e às vezes ao corpo técnico do museu. É o tipo mais comum em quase todos os museus. Alguns são mais bem elaborados, dependendo dos recursos existentes no museu, mas todos têm como objectivo principal ser uma apresentação visual, tal como um folheto, do museu. Nesse caso, a Internet funciona como uma forma de tornar o museu mais conhecido e também possibilitar um acesso mais fácil pelos utilizadores da rede mundial de computadores.

Sabemos que a escolha de sites mais elaborados, tanto do ponto de vista do *design* quanto da navegação, depende dos recursos humanos e financeiros disponíveis da instituição. Os custos de manutenção de um site mais simples, que não necessita de uma base de dados, podem ser suportados por qualquer instituição, mesmo porque existem muitos servidores que oferecem hospedagem gratuita para este tipo de site. Por isso, queremos crer que a escolha de um tipo de site mais simples dependa mais do tipo de recursos que o museu tenha, do que por uma decisão da instituição.

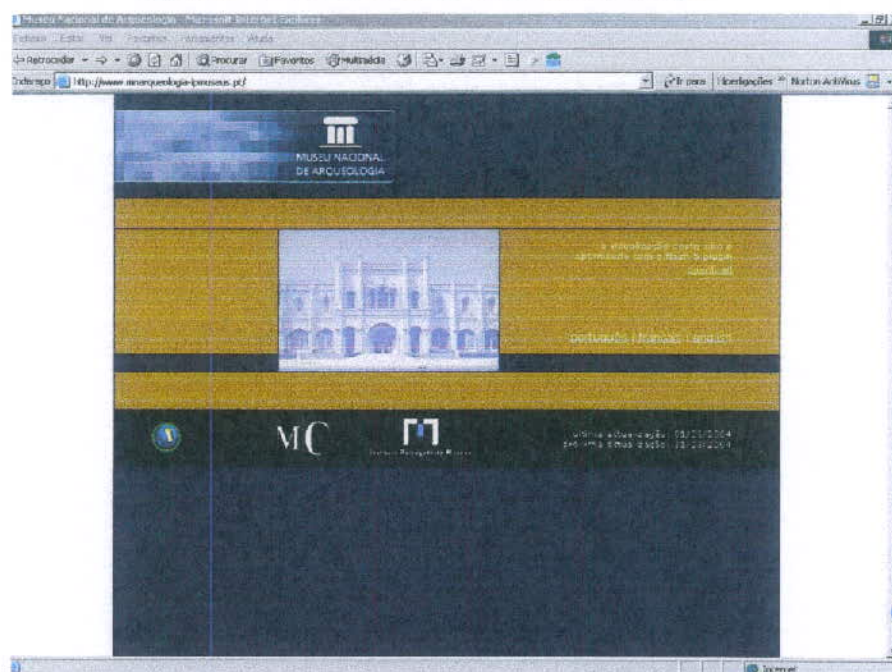
Para Maria Piacente, a segunda categoria de site seria **museu no mundo virtual**, ou seja, neste tipo de site a instituição apresenta informações mais detalhadas sobre o seu acervo e, muitas vezes, através de visitas virtuais. O site acaba por projectar o museu físico na virtualidade e muitas vezes apresenta exposições temporárias que já não se encontram mais no seu espaço físico, fazendo da Internet uma espécie de reserva técnica de exposições. Além disso, muitos deles disponibilizam bases de dados do seu acervo, mostrando objectos que não se encontram em exposição naquele momento ou mesmo disponibilizam informações sobre determinado assunto.

Nesta categoria podemos encontrar alguns sites de museus brasileiros e portugueses. Entre eles destacamos o site do Museu Nacional de Arqueologia, tutelado pelo Instituto Português de Museus de Portugal. Além de todas as informações pertinentes a um site de museu, o MNA possui uma visita virtual ao seu acervo, onde é possível conhecer todas as secções expositivas do museu. Além disso, algumas peças do acervo foram seleccionadas e podem ser visualizadas em três dimensões. É possível comprar *online* os produtos da loja do museu, ou seja, o site também presta serviço de *e-commerce* para o museu⁷³.

O site do MNA não se restringe às actividades do Museu mas é também um site de informações e referências sobre arqueologia em Portugal. Premiado pela Unesco em 2002 com 'Web Art d'Or' de melhor site de museus do mundo, o Museu Nacional de Arqueologia é um bom exemplo de um site de museu no mundo virtual.

⁷³ - A palavra *e-commerce* designa o comércio electrónico realizado através da Internet. Para ser um *e-commerce* não basta apresentar os produtos, mas que o utilizador possa comprar sem a necessidade de se deslocar a um ambiente físico.

Figura 2– Site do Museu Nacional de Arqueologia



Fonte: <http://www.mnarqueologia-ipmuseus.pt/> (consultado em 20/05/2004)

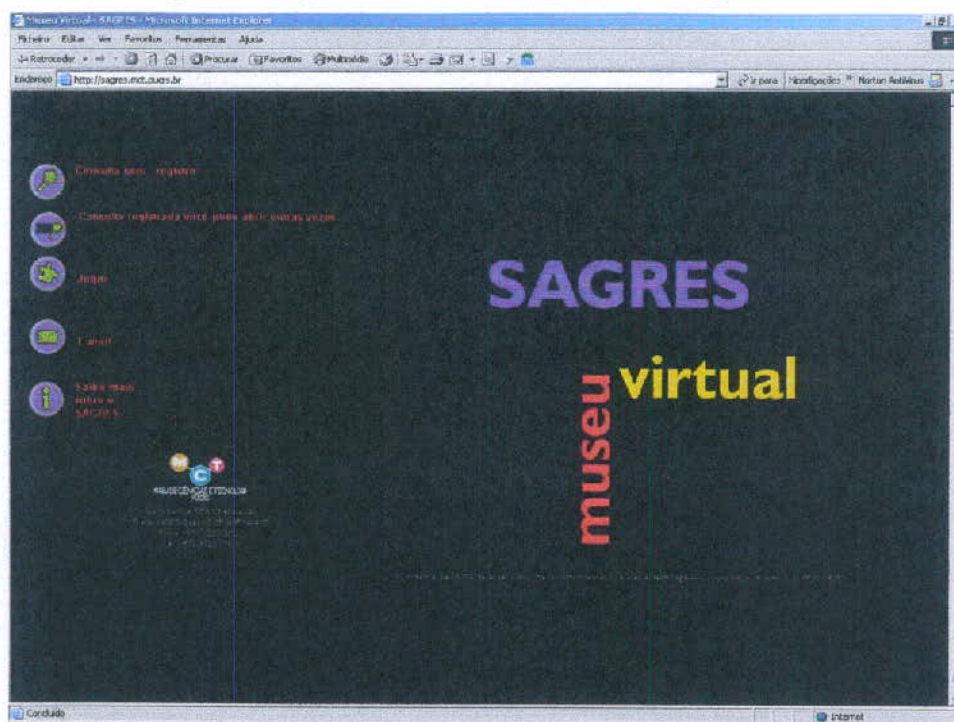
A terceira categoria é a de **museus realmente interactivos**. Neste tipo de site, pode até existir uma relação entre o museu virtual e o museu físico mas são acrescentados elementos de interactividade que envolvem o visitante. Às vezes, o museu reproduz os conteúdos expositivos do museu físico e em outros casos, o museu virtual é bem diferente do museu físico. O que torna estes museus interactivos é a forma como eles trabalham com o público. A interactividade é a alma desse tipo de site de museu, pois permite que o público possa interagir com e no museu. Neste caso, é importante salientar que o museu na Internet não perde as suas características essenciais e que pode adquirir novas facetas. Ou seja, os objectivos do site não são necessariamente diferentes do museu físico, mas é um complemento dele. Conforme veremos depois, esta categoria de site é na verdade um museu virtual e não um site.

Um bom exemplo de um *website* de um museu que trabalha com interactividade é o caso do Museu de Ciência e Tecnologia de Porto Alegre, Brasil, cujo formato virtual tem o nome de Sagres. Ligado à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, o Sagres possui conteúdos e formatos diferentes do museu físico. A ideia não foi reproduzir o museu físico, mas trabalhar os conteúdos do museu de forma lúdica, criando outras actividades de interacção que o museu físico não possibilita. No projecto do Sagres, a ideia básica é a interacção do utilizador. Os utilizadores podem fazer pesquisas sobre ciência e tecnologia e brincar com os seus conhecimentos dessas disciplinas. Segundo Ana Bertoletti e António

Costa (1999), o sistema é um ambiente de educação e procura adaptar os seus conteúdos às características dos utilizadores.

Utilizamos esta tipologia apenas para distinguir a forma como os museus trabalham a Internet. No entanto, é preciso deixar claro que um site de museu não é, necessariamente, um museu virtual. Ele é apenas um site de museu. Para entendermos o que seria um museu virtual, iremos trabalhar em seguida com os conceitos de virtual e digital.

Figura 3 – Página de entrada do museu virtual Sagres



Fonte: <http://sagres.mct.pucrs.br> (consultado em 20/05/2004)

1.4.4. Em torno do conceito do museu virtual

O conceito de museu virtual ainda é algo muito novo na museologia. Conforme já foi visto anteriormente, a Internet é uma realidade dos anos 90 do século XX. Antes disso, o uso da Internet estava restrito ao ambiente académico. Foi somente com a proliferação da Internet comercial, a partir de 1993, que os museus começam a apresentar-se de forma virtual.

Para Anna Lisa Tota (2000), os museus virtuais *online* são na sua maioria, aproximações imperfeitas dos museus físicos. Nesse sentido, Pierre Lévy afirma que o que é comumente chamado de museu virtual nada mais é do que um catálogo na Internet.

“Os «museus virtuais», por exemplo, não são muitas vezes senão maus catálogos na Internet, enquanto que o se «conserva» é a própria noção de museu enquanto «valor» que é posta em causa pelo desenvolvimento de um ciberespaço onde tudo circula com

fluidez crescente e onde as distinções entre original e cópia já não têm evidentemente razão de ser." (LÉVY, 2000: 202)

A questão levantada por Lévy é importante, na medida em que a discussão sobre os museus virtuais ainda é incipiente. Lévy nesta afirmação dá uma pista de como os especialistas poderiam trabalhar a questão dos museus virtuais, discutindo a própria noção de valor e de conservação de património. Nesse sentido, a maioria dos museus virtuais, está mais preocupada em apresentar e justificar sua faceta virtual através de representações, do que utilizar as potencialidades que a Internet oferece para a interacção com o utilizador.

Mas ainda há pouca discussão teórica sobre os museus virtuais. Segundo Weiner Schweibenz (1998), o conceito de museu virtual está em constante construção e é fácil confundirmo-nos com as outras denominações, tais como: museu electrónico, museu digital, museu *online*, museu hipermedia, meta-museu, museu cibernético, cibernmuseu e museu no ciberespaço. Por se tratar de uma temática ainda muito nova na museologia, não há um consenso em relação ao que é considerado museu virtual e o que seria apenas um site de museu. A maioria dos autores que trabalha com a questão aponta para uma definição ligada à virtualização dos objectos e sua apresentação *online*, sem uma discussão mais profunda sobre os aspectos teóricos deste tipo de abordagem.

Para melhor o entendimento da discussão sobre o conceito dos museus virtuais, elaboramos um quadro com conceitos propostos por diversos autores:

Tabela 1 - Definições de museu virtual

Autor	Ano	Concepções de museu virtual
Glen Hoptman ⁷⁴	1992	Conexão entre várias médias, múltiplas perspectivas.
Sergio Talens e José Hernandez ⁷⁵	1997	Uma réplica do museu físico.
Jamieson Mckenzie	1997	Uma colecção electronicamente organizada de artefactos (pinturas, fotografias, etc.).
Artur Colorado ⁷⁶	1997	É um meio que oferece ao utilizador um fácil acesso aos objectos do museu.
Werner Schweibenz	1998	Meios para estabelecer o acesso, o contexto, usando a tecnologia de informação.
Antonio Battro	1999	Se trata de um 'outro museu', de um museu virtual em paralelo com o real, seu complemento no ciberespaço, com vida própria.
Bernard Deloche	2001	Indica o campo da problemática do museal, isto é processo de descontextualização/recontextualização do museu.

Fonte: Rosali Henriques.

⁷⁴ - Retirada do artigo de Werner Schweibenz (1998). **The virtual museum.**

⁷⁵ - Retirada do livro de Maria Luisa Bellido Gant (2001). **Arte, museos y nuevas tecnologías**, p. 248.

⁷⁶ - Ibidem, p. 249.

Entre estes autores que trabalharam sobre a questão dos museus virtuais, destaca-se Bernard Deloche, que discute a questão sob um prisma filosófico, que em sua obra 'Le musée virtuel', publicada em 2001, estuda a questão da virtualidade no processo museológico. Debruçando-se basicamente sobre os museus de arte, Deloche estuda o que ele chama de tripla reciprocidade da arte. Para ele, a arte está ligada a três termos fundamentais: o estético, o museal e o virtual. O **estético** teria como processo o sentir, o **museal** expor e o **virtual** substituir. Para Deloche, o virtual é onnipresente e possibilita a emergência de uma outra cultura, pois "*Le virtuel a, d'un seul coup, élargi sans restriction le champ de l'expographie*"⁷⁷ (2001: 17). Em sua definição de arte "*(...) la présentation du sensible par un artefact*"⁷⁸ (2001: 47).

O museu virtual permite a dessacralização da arte, do objecto sensível. Mas não deve-se, afirma Deloche (2001), fazer do museu um depósito de arte mas também temer a fetichização da arte pelos museus. Para este autor, o museu tem uma dupla função estética: comunicar e analisar, pois o museu é um lugar privilegiado de experiências sensoriais.

Em relação à questão do museu virtual, Deloche afirma que o museu é um templo da imagem, utilizando o conceito de museu paralelo, ou seja, o museu virtual é aquele que existe na virtualidade, quase que como um substituto, um museu sem lugar e sem paredes. No entanto, para ele, não há incompatibilidade entre o museu paralelo e o físico, a que ele dá o nome de institucional.

"(...)l'histoire montre qu'un deuxième musée a sans cesse doublé le musée officiel, il s'agit du musée de substitus, d'un musée virtuel si l'on veut, généralement sans lieu et sans murs, et cependant tout aussi réel et certainement plus efficace que ne l'est le musée institutionnel"⁷⁹. (DELOCHE, 2001: 162)

Em relação à posição de Deloche sobre os museus virtuais, discordamos quando ele diz que o museu virtual é um museu substituto. No nosso entendimento, o museu virtual, sendo uma vertente virtual de um museu físico, não é um museu substituto. Ele pode sim, ser um museu complementar, pois pode existir fisicamente e ter uma vertente virtual. Nesse sentido, o museu virtual pode ser tão ou mais eficaz do que o museu físico. Pode ser também uma nova perspectiva de um museu físico, mas não o substituirá totalmente.

⁷⁷ - Tradução livre: "O virtual alargou, de um só golpe e sem restrições, o campo da expografia."

⁷⁸ - Tradução livre: "(...) a apresentação do sensível através de um artefacto."

⁷⁹ - Tradução livre: "(...) a história mostra que um segundo museu duplica o museu oficial, sem dívida, trata-se do museu dos substitutos, de um museu virtual se quisermos, geralmente sem espaço e sem paredes, mas entretanto tão real e certamente tão eficaz quanto o museu institucional." Observação: não concordamos com o termo institucional pois pode gerar confusão, dando a entender que o museu virtual não é uma instituição. No entanto, ele também pode ser uma instituição. Preferimos utilizar o termo museu físico.

Tanto Antonio Battro (1999) quanto Bernard Deloche (2001) trabalham com a concepção de museu virtual, baseados no conceito de museu imaginário defendida por André Malraux. Malraux (2000) propunha a criação de um museu imaginário que serviria para abrigar todas as obras de arte do mundo, devidamente fotografadas. Esse museu, segundo Malraux, seria um espaço da memória viva. Assim, cada pessoa poderia ter o seu próprio museu imaginário. O museu virtual é uma espécie de um museu imaginário porque ao mesmo tempo que trabalha com a reprodução, prioriza o uso da imagem como referência patrimonial. Nesse sentido, “*El museo virtual es mucho más que poner fotos en Internet de las reservas, colecciones permanentes y muestras temporarias. Se trata de concebir un museo totalmente nuevo*”⁸⁰ (BATTRO, 1999). O museu virtual não é a reprodução de um museu físico mas um museu completamente novo, criado para traduzir as acções museológicas no espaço virtual. O museu imaginário proposto por Malraux também é um museu novo, criado por cada um de nós, com as imagens que seleccionamos e reproduzimos dos museus físicos. Nesse sentido, o museu imaginário de Malraux também é um museu virtual, pois cada pessoa pode ter o seu próprio museu de reproduções.

Bernard Deloche diferencia o museu virtual do cibermuseu. Para ele, o museu virtual é um museu paralelo, aberto às novas sensações. Os sites ou os CD-ROM's dos museus são, para ele, cibermuseus, pois modificam ou complementam o museu físico. Já o museu virtual é uma nova concepção do mesmo património, apresentada de forma virtual.

Partindo do conceito proposto por Bernard Deloche, iremos trabalhar com o conceito de museu virtual, distinguindo-o dos sites de museus: os cibermuseus. Os cibermuseus são reproduções *online* do acervo ou parte do acervo de um determinado museu. O museu virtual é um espaço virtual de mediação e de relação do património com os utilizadores. É um museu paralelo e complementar que privilegia a comunicação como forma de envolver e dar a conhecer determinado património. No nosso entendimento, só pode ser considerado museu virtual, aquele que tem suas acções museológicas, ou parte delas trabalhadas num espaço virtual. Nesse caso, chamaremos de cibermuseus aqueles sites de museus que não se enquadram nessa concepção de museu virtual.

Entendemos que a virtualidade não é necessariamente ligada à Internet, pois os museus virtuais podem sê-lo, mesmo sem estarem *online*, através de CD-ROM's, quiosques, exposições físicas, performances, etc. Os museus virtuais são aqueles que trabalham o património, através de acções museológicas, mas que não necessariamente têm suas portas abertas aos utilizadores em seu espaço físico. O Museu da Pessoa, nosso objecto de estudo, é

⁸⁰ - Tradução livre: “*O museu virtual é muito mais do que por fotos na Internet das reservas, colecções permanentes e exposições temporárias. Trata-se de conceber um museu novo*”.

um museu que nasceu com a concepção de virtualidade antes mesmo do crescimento e proliferação da Internet.

Em relação ao conceito do museu virtual é preciso esclarecer que o museu virtual pode ter duas configurações: vertentes virtuais de determinado museu físico, ou seja, pode ser uma outra dimensão do museu físico (como o Sagres, por exemplo) ou museus essencialmente virtuais. Nesse caso, a existência de um museu virtual não pressupõe a existência de um museu físico⁸¹. No primeiro caso, os museus virtuais são complementos do museu físico, pois podem trabalhar suas acções museológicas de forma diferente em suas duas vertentes. Nesse sentido, o processo museológico é muito enriquecedor, pois o público terá duas abordagens diferentes de um mesmo património: uma abordagem presencial e uma abordagem remota.

No segundo caso, as acções museológicas são efectuadas, na sua maioria, no seu espaço virtual, ou seja, não é um museu a ser visitado pelo público em seu espaço físico. Isso, no entanto, não invalida algumas acções museológicas fora do seu espaço virtual e do espaço físico (tais como as efectuadas pelo *Projeto Portinari* e pelo Museu da Pessoa), mas a essência das suas actividades museológicas concentra-se no seu espaço virtual.

Para explicitar um pouco mais o conceito de museu virtual, temos como exemplo um projecto de musealização de um património, que embora não se auto-denomine museu virtual cumpre as funções do que seria um museu virtual nessa concepção. Trata-se do *Projeto Portinari*. O *Projeto Portinari* foi criado em 1979, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e tem como objectivo catalogar, preservar e divulgar as obras do pintor brasileiro Cândido Portinari. O trabalho efectuado pela equipa do projecto não se restringe ao site, mas abrange uma série de actividades ligadas ao espólio do pintor, tais como exposições, pesquisas e inventário das obras localizadas, pesquisa sobre a autenticidade das obras, recolha de depoimentos, criação de conteúdos para escolas, etc.

A existência da Internet deu ao projecto um novo fôlego, pois permitiu que um maior número de pessoas tivesse acesso às informações recolhidas pela equipa. O site, criado em 1998, é a face mais visível do projecto. Nele, é possível consultar as réplicas digitais das obras já localizadas e catalogadas e poder conhecer um pouco mais sobre a vida e a obra de Portinari⁸². O site tem uma secção específica para o trabalho com as crianças. Nela pode-se encontrar sugestões de actividades para os professores desenvolverem com seus alunos em sala de aula. A ideia é trabalhar o conteúdo do site de forma lúdica e atraente para o público infanto-juvenil.

⁸¹ - Aqui devemos deixar claro que a não existência do museu físico não pressupõe a existência somente do site, pois o museu pode ter um endereço físico, mas o que o torna virtual é a forma como são desenvolvidas suas acções museológicas, ou seja, elas são efectuadas no espaço virtual e não no espaço físico. O museu virtual, essencialmente virtual, não abre suas portas para o atendimento ao público em seu espaço físico.

⁸² - Boa parte das obras de Cândido Portinari encontra-se nas mãos de coleccionadores particulares.

O que torna o site do projecto um museu virtual não é o facto de dizer ou não que é um museu virtual, mas a forma como ele trabalha o património virtualmente. As acções museológicas efectuadas pelo projecto Portinari, algumas delas virtuais, fazem com ele possa ser considerado um museu virtual. Para ser um museu virtual não basta ter as reproduções das obras de arte, devidamente catalogadas, e apresentá-las ao público, mas fazer actividades onde o utilizador possa interagir com estas referências patrimoniais.

Figura 4 - Página de entrada para o site do *Projeto Portinari*



Fonte: <http://www.portinari.org.br/> (consultado em 20/05/2004)

Uma outra questão que é pertinente quando discutimos o conceito de museu virtual é entender a concepção utilizada por alguns sites de museus, inclusive alguns museus virtuais, de que um museu é um edifício que comporta uma colecção, para deleite de seu público. Conforme vimos anteriormente, esta é uma concepção de museu enraizada no século XIX e que o movimento da Nova Museologia questionou, contrapondo-a com uma nova concepção de museu que se baseia no património, de uma comunidade, estabelecida num determinado território. Ao reproduzir a configuração de um edifício, com todas as suas características, o museu virtual está reforçando o conceito de museu existente na mentalidade da maioria das pessoas. E mesmo projectos de museus essencialmente virtuais, como o MUVA, por exemplo, continuam a reforçar essa ideia⁸³. O *design* do MUVA, construído provavelmente

⁸³ - O MUVA – Museu de Artes Virtuais, mantido pelo jornal El País, é um museu virtual com reproduções de obras de arte uruguaia.

em VRML, reproduz as divisões físicas de um museu tradicional⁸⁴. Ao entrar no site, o utilizador tem a sensação de visitar um edifício de um museu com os espaços físicos necessários: recepção, escadas, corredores, salas para exposições individuais, exposições colectivas, etc. Maria Luísa Bellido Gant (2001: 252) chega mesmo a afirmar que o MUVA, enquadra-se na tipologia mais avançada dos museus virtual, pois “(...) *se estructura como un auténtico[sic] museo, con seis plantas, todas ellas navegables, vestíbulo, pasillos, escaleras, ascensores...*”⁸⁵. Discordamos dessa autora nesse aspecto, primeiro porque um museu virtual já é um autêntico museu, ou seja, ele não precisa reproduzir fisicamente um museu para ser considerado um autêntico museu virtual. E em segundo lugar, uma visita virtual não faz dele um museu virtual, pode ser apenas um bom site de museu. Não se pretende aqui questionar a utilização de uma metáfora pelo MUVA, recorrendo ao edifício para mostrar que é um museu virtual, mas sim a ideia de que para ser um museu virtual autêntico é necessário reproduzir um museu físico.

Figura 5 - Recepção do MUVA



Fonte: <http://www.elpais.com.uy/muva/> (consultado em 20/05/2005)

No nosso entender, um dos méritos dos museus virtuais, além de poderem interagir de forma mais dinâmica com os utilizadores, é questionar o conceito de que para ser museu é necessário ter um edifício. Nesse sentido, os museus virtuais ou os sites de museus que têm esse tipo de apresentação continuam a reforçar esta ideia, podendo tornar-se simulacros de museus. O que podemos definir como museu virtual é aquele que faz da Internet espaço de interacção através de acções museológicas com o seu público utilizador. Os museus virtuais são livres, no entanto, para utilizar metáforas que lhes apetercer para a navegação, utilizando

⁸⁴ - VRML - Virtual Reality Modeling Language - é uma linguagem vectorial utilizada em desenhos 3D e multimédia.

⁸⁵ - Tradução livre: “(...) *se estructura como un auténtico museo, con seis andares, todos eles navegáveis, recepción, corredores, escalas, elevadores...*”

de plantas baixas ou desenhos simulando edifícios de museus. No entanto, é preciso deixar claro que a existência de um museu não pressupõe necessariamente um espaço físico, mesmo que simulado virtualmente.

Finalizando esta questão, e para entender a visão de pessoas que trabalham no dia a dia com os museus sobre o conceito de museu virtual, foram enviadas três perguntas para alguns museólogos brasileiros. As questões abordadas eram sobre o entendimento do conceito de museu virtual, sobre o uso da Internet pelos museus e como os museus podem potencializar suas ações através da Internet. Dos emails recebidos, destacamos três especialistas cujas respostas estão em comum acordo com o conceito de museu virtual proposto neste estudo, ou seja, de que o museu virtual reproduz *online* as ações museológicas.

Tabela 2 - Uso da Internet pelos museus

Especialista	Conceito de museu virtual	Potenciar o uso da Internet
Cristina Bruno	<i>"Entendo por museu virtual a instituição que se relaciona com seu público a partir da utilização de tecnologias eletrônicas e, mediante estas possibilidades, realiza as ações de salvaguarda e comunicação".</i>	<i>"A melhor utilização da Internet prende-se ao seu uso curatorial e museográfico, no que se refere ao universo dos museus".</i>
Maria Célia Santos	<i>"Um museu que pesquisa, preserva e comunica informações sobre o patrimônio cultural, criando redes de interação com usuários de diferentes contextos, democratizando o conhecimento e contribuindo para o desenvolvimento humano".</i>	<i>"Considero que a Internet é hoje um instrumento indispensável para o enriquecimento da pesquisa, para as ações de preservação e comunicação. Um aspecto que quero ressaltar é a necessidade de ampliação do intercâmbio entre as instituições, por meio da NET. Criar e alimentar a rede entre instituições museológicas não só é necessário como urgente".</i>
Mário Chagas	<i>"Talvez a gênese do Museu Virtual, no entendimento que abraço, deva ser buscada no Museu Imaginário de André Malraux. Em certa medida o Museu Imaginário coincide com o próprio mundo da arte. Assim, pensar um Museu Virtual é admitir a hipótese de que é possível conceber um museu que rompe com a idéia tradicional de lugar e opera com um "não-lugar", ainda que para acessá-lo precisemos estar em algum lugar."</i>	<i>"O uso da Internet em muitos museus está restrito à divulgação de informações e ao "marquetim" museal. (...) Seria possível imaginar práticas interativas, práticas de visitas virtuais, práticas de construção de museus pessoais. Seria possível imaginar os museus contribuindo para a maior disseminação da tecnologia museu e também da própria tecnologia da Internet. A idéia de um Museu Imaginário pode ser dinamizada através da Internet de um modo não previsto pelo seu idealizador."</i>

Fonte: Rosali Henriques

I.4.5. As ações museológicas nos museus virtuais

As ações dos museus estendem-se nos âmbitos da pesquisa, preservação e comunicação. A questão é entender como essas ações museológicas podem ser efectuadas através dos museus virtuais. As ações museológicas dos museus virtuais não são muito

diferentes das acções do museu físico. No entanto, requerem abordagens diferenciadas, pois o veículo de comunicação é diferenciado.

Segundo Bernard Deloche (2001), a informática e a multimédia trouxeram para o museu uma nova dinâmica que pode ser demonstrada através de três funções básicas: agrupar, analisar, mostrar. As novas tecnologias possibilitaram aos museus trabalhar o seu património, o seu acervo, de forma estruturada através de bases de dados, utilizando técnicas mais modernas de comunicação com o público.

Deloche alerta para o facto de que a tecnologia não é uma panaceia para resolver todos os problemas dos museus. Como exemplo ele cita a holografia, que se utiliza da tecnologia mas que incentiva a fetichização dos objectos: *“La simulation des effets par des substitus analogiques tels que l’hologramme ou l’image en 3D n’est bien souvent qu’un prolongement audacieux de la muséographie traditionnelle et sert parfoi à renforcer le phénomène de fétichisation”*⁸⁶ (DELOCHE, 2001: 204)

As referências patrimoniais nos museus virtuais, embora desprovidos de sua materialidade, podem ter a mesma identidade do que na exposição física. Por isso, Deloche alerta para fetichização quando fala da holografia. Nesse caso, mesmo tratando-se de uma reprodução, a referência patrimonial é tratada como fetiche. O risco da fetichização existe sempre, seja no museu físico, seja no museu virtual. No entanto, se o museu virtual tiver uma postura mais pró-activa em relação às actividades interactivas que o espaço virtual permite, ele terá oportunidade de evitar a fetichização das referências patrimoniais. Ou seja, se ele dá prioridade às actividades de interacção com o seu público utilizador em detrimento à valorização desta ou aquela referência patrimonial, fica mais difícil acontecer a fetichização.

Outro aspecto apontado por Deloche é o facto de que muitos museólogos crêem que a tecnologia é algo ainda ligado ao futuro dos museus e não algo presente no quotidiano da actuação museológica, pois *“L’erreur était de croire que la rencontre du musée avec les nouveaux médias n’était qu’un phénomène de circonstance, une simple péripétie dans le techniques muséographiques”*⁸⁷.” (DELOCHE, 2001: 251)

As referências patrimoniais são, ao mesmo tempo, documento e mensagem. Nesse sentido, Cristina Bruno e Marcelo Araújo (1989) afirmam que o processo de comunicação, através da recuperação da identidade dessas referências, permite também uma concretização do público em três níveis: o objecto na sua materialidade (signo), o objecto na sua inserção sócio-cultural (símbolo) e a relação desse indivíduo com a realidade que o circunda.

⁸⁶ - Tradução livre: “A simulação dos efeitos pelos substitutos analógicos tal como o holograma ou a imagem 3D, não é mais que um prolongamento audacioso da museografia tradicional e serve para reforçar o fenómeno da fetichização.”

⁸⁷ - Tradução livre: “O erro está em crer que o encontro do museu com as novas médias não é mais do que um fenómeno de circunstâncias, uma simples peripécia das técnicas museográficas”.

Em relação à questão da comunicação, é interessante verificar que nesse caso, ao mesmo tempo que o museu virtual possui algumas restrições em relação às suas exposições, pode, por outro lado, trabalhar o seu acervo de forma mais acessível. Nesse sentido, Maria Luísa Bellido Gant (2001) aponta uma série de vantagens dos museus virtuais em relação aos museus físicos: melhor acesso às informações; interpretações das colecções sob diversos pontos de vista; melhor organização da informação; o acesso é mais cómodo e mais atractivo e o custo para a visita é mínimo.

A exposição no museu virtual, assim como no museu físico, é uma mediação entre o património e o público. Segundo Alexandra Vol (1998), nos museus de arte e de história esta mediação é mais contemplativa e estética e nos museus de ciência e tecnologia a mediação é mais didáctica. Além disso, uma exposição de um museu virtual seja ela reprodução de uma determinada exposição física ou não, pode ter um carácter diferenciado e não ser mera reprodução virtual de uma exposição física. A Internet disponibiliza a uma série de ferramentas que podem ser utilizadas para incrementar a comunicação nos museus virtuais, mas também serve como mediadora da acção de visitar um museu.

“(...) trata-se de imaginar novas poéticas do planeamento museológico, pensadas para um museu virtual em sentido próprio, isto é, para um museu que se configure como destituído tout court de uma geografia territorial. Não reprodução-imitação, mais ou menos cuidadosa, de conjuntos de espaços geridos no mundo off line, mas colecção virtual de objectos, artefactos que, como tal, existe exclusivamente on line.” (TOTA, 2000: 212)

Para Kim Veltman (2001) a Internet trouxe para o processo museológico, principalmente à extroversão do acervo, algumas vantagens. Entre elas a de poder expor um maior número de objectos do que numa exposição convencional, pois através de base de dados é possível exhibir todo o acervo. Outros aspectos apontados seriam o acesso aos objectos mesmo à distância, bem como possibilitar um acesso a estes objectos por outros níveis de interacção. A Internet possibilita também apresentar as referências patrimoniais dentro do contexto de sua produção e seu contexto histórico, fazendo com que o público possa ter uma visão mais abrangente do que a apresentada no museu físico.

Além das vantagens apontados por Veltman, não podemos esquecer que a Internet possibilita trabalhar a acção educativa do museu de forma mais dinâmica. E esta acção não se limita aos espaços do museu, mas pode ser feita *online*. Os museus virtuais que têm trabalhado melhor com a questão da acção educativa são, na sua maioria, museus de ciência e tecnologia. No entanto, o uso do material de acervo para actividades educativas, principalmente com crianças e jovens, é possível com todos os tipos de museus e não somente

nos museus de ciência. Em museus de arte, por exemplo, é possível criar jogos interactivos e brincadeiras utilizando as obras digitalizadas. Os museus virtuais podem trabalhar determinado quadro ou objecto, ajudando o público/utilizador a construí-lo ou desconstruí-lo, colocando-o na condição do produtor ou autor da peça exposta.

No âmbito da preservação do património, as actividades de conservação e documentação do património nos museus virtuais são realizadas através de base de dados. Além disso, é importante esclarecer que a preservação do conteúdo na Internet é questão fundamental, por se tratar de um veículo que possibilita constantes alterações é necessário que todo o conteúdo já adicionado, seja em termos de exposições virtuais ou acções educativas, seja passível de ser consultado pela Internet. Nesse sentido, Marcelo Sabbatini (2003) alerta para que as colecções *online* sejam sempre suportadas por bases de dados, pois estas permitem aceder de forma diferenciadas tanto aos objectos em si, como à colecção como um todo.

O museu virtual não é um centro de referência, por isso não basta preservar as colecções, mas é importante que estas colecções e/ou exposições sejam interactivas. Aqui entendendo interactividade como interacção com o utilizador. A preservação das referências patrimoniais num museu virtual passa também pela actualização constante da tecnologia utilizada. As novas tecnologias, pela própria definição da palavra, estão constantemente em mutação. É preciso pois estar atento às mudanças e renovar sempre o suporte digital das informações.

I.4.6. Considerações finais

A Internet trouxe para a museologia uma nova perspectiva. Não só porque permitiu potenciar o acesso aos museus de forma mais ampla, mas também por dar oportunidade aos museus de saírem de seus muros. As acções museológicas dos museus, exercidas através da Internet podem ter um alcance muito maior do que aquelas que são exercidas em seu espaço físico, pois podem abranger um público muito maior. Os museus que sabem tirar proveito de todas as possibilidades que a Internet oferece, criando seus próprios museus virtuais, conseguem ir além de suas fronteiras. Além disso, a possibilidade de uma interacção maior com o público utilizador é a grande vantagem da criação de museus virtuais, sejam eles representações virtuais de museus já existentes ou criados especialmente para a rede mundial de computadores.

Em nosso entendimento, boa parte dos museólogos e especialistas de museus ainda não está ciente da revolução que a Internet pode fazer pelos museus. Talvez isso explique a falta de interesse em utilizar todas as possibilidades que a Internet oferece, criando sites apenas informativos, trabalhando a Internet apenas como um folheto electrónico do museu. Não

estamos aqui fazendo juízo de valor sobre aqueles sites que são apenas informativos, pois sabemos que uma série de factores é responsável pela escolha de determinado tipo de site, entre elas, a económica, mas alertamos para o facto de que a maioria dos profissionais dos museus ainda não vêem a Internet como uma ferramenta que pode fazer do museu uma instituição mais dinâmica e mais interactiva.

Além disso, como vimos, muitos autores ainda vêem o museu virtual como um simulacro de um museu físico, ou seja, estão arraigados no conceito de museu como um espaço de exposição de determinada colecção. E isso, infelizmente, restringe o uso da Internet pelos museus, tornando seus sites, mesmo aqueles mais interessantes e atractivos, apenas sites de museus e não museus virtuais.

II. Museu da Pessoa: um museu virtual

"As memórias de mim mesmo me ajudaram a entender as tramas das quais fiz parte"
Paulo Freire, educador, entrevistado pelo Museu da Pessoa em 1992.

Quando Paulo Freire disse a frase citada acima, durante a gravação do seu depoimento de história de vida para o projecto 'Memória Oral do Idoso', realizado pelo Museu da Pessoa, ele soube resumir de maneira sucinta a importância da memória para o entendimento da nossa própria trajetória de vida. Essa frase dita pelo educador e pensador brasileiro resume a importância do processo de contar e registar as histórias de vida para a compreensão do nosso quotidiano. No entanto, esta não é uma análise pouco comum, feita por um intelectual reconhecido internacionalmente, mas uma constatação que muitos entrevistados fazem após a realização de um depoimento de história de vida, a de que toda história de vida é importante. Nesse sentido, o Museu da Pessoa teve, desde o seu início, um slogan que era: '**onde você faz parte da história**', no qual era transmitida a ideia de que todo ser humano tem o direito a ter sua história de vida preservada e que essas histórias individuais fazem parte da história colectiva. Foi com essa ideia de preservação da memória de cada um, que o Museu da Pessoa surgiu em 1991, na cidade de São Paulo, no Brasil. Sua trajetória, que em 2004 comemora 14 anos de trabalho, foi sempre pontuada pelo trabalho com a preservação da memória social.

Na segunda parte deste trabalho, que virá a seguir, será dedicada ao estudo da trajetória do Museu da Pessoa. Para isso, será analisada e apresentada a sua configuração, o histórico de suas actividades, a evolução do site, a caracterização de seu público e suas acções museológicas. Mais do que um olhar sobre a trajetória do Museu da Pessoa, este estudo tem como objectivo entender a dinâmica da museologia no espaço virtual, a partir do estudo concreto de um caso de um museu virtual.

II. 1. As especificidades do Museu da Pessoa

"Todas as histórias de família são banais, mas há quem não tenha a sua?"
Neuza Guerreiro de Carvalho, história de família enviada ao Museu da Pessoa em 1997.

O Museu da Pessoa é uma experiência nova na museologia. Não só por seu carácter virtual, o que não deixa de ser uma novidade, mas pela especificidade de sua configuração. Conforme será explicitado neste capítulo o surgimento de um museu voltado para as histórias de vida das pessoas, embora não seja uma ideia completamente nova, trouxe um novo enfoque, uma vez que sua proposta é valorização das histórias das pessoas comuns.

Para entender o trabalho desenvolvido pelo Museu da Pessoa é importante compreender quais são os conceitos que norteiam a sua trajetória. É preciso, além disso, estudar sua missão e sua visão e compreender a dinâmica do processo de trabalho. Outra questão fundamental para o entendimento do projecto do Museu da Pessoa é entender como o trabalho desenvolvido pode causar impacto na sociedade. E por fim o foco será a questão da virtualidade no Museu da Pessoa. Nesse sentido, é preciso estudar o Museu da Pessoa à luz das discussões teóricas sobre os museus virtuais, levantadas anteriormente.

II.1.1. Um museu de pessoas

Um museu com um acervo de depoimentos orais não é uma novidade, pelo menos no Brasil. Entre as décadas de 60 e 80 do século XX proliferou a criação de museus da imagem e do som em todo o Brasil⁸⁸. Estes museus, na sua maioria ligados à autarquia local (prefeitura ou mesmo governo estadual), foram criados com objectivo de preservar as histórias de grandes figuras da cultura local. A maioria desses museus trabalha com depoimentos orais de personalidades ligadas à música, literatura, cinema e fotografia. O objectivo básico dos MIS é preservar a cultura local, identificando e recolhendo depoimentos orais e documentos sobre os produtores culturais.

A ideia de criação de um museu virtual com as histórias das pessoas nasceu da necessidade de um espaço para o registo das histórias das pessoas⁸⁹. A criação de um museu com as histórias das pessoas, baseada na premissa da democratização da informação, tornou-se possível não somente devido ao alargamento da noção de história e de património, mas

⁸⁸ - Existem cerca de 17 museus da imagem e do som no Brasil. Os mais conhecidos estão no Rio de Janeiro e em São Paulo (informação retirada do site <http://www.mis.rj.gov.br/>, no dia 26 de Junho de 2004, às 15:54h). O MIS do Rio de Janeiro (<http://www.mis.rj.gov.br/>) criado em 1965 e transformado em 1990 em Fundação Museu da Imagem do Som está vinculado ao governo do estado do Rio de Janeiro. O MIS de São Paulo (<http://www.mis.sp.gov.br/>) foi criado em 1970 e está vinculado ao governo do estado de São Paulo. Os outros 17 MIS são ligados aos governos estaduais e a órgãos municipais (prefeituras, secretarias de cultura, etc.).

⁸⁹ - Aqui, entendendo espaço não como um museu físico mas como um lugar de memória, na concepção de Pierre Nora.

também deve-se à própria redefinição do papel dos museus na sociedade. Conforme vimos anteriormente, as mudanças no papel social do museu foram produto das discussões realizadas pelos museólogos a partir da década de 1950. Além disso, o alargamento do conceito de património, abrangendo também o património imaterial alargou o campo da museologia.

Em entrevista a Thom Gillespie em 1999, a idealizadora do Museu da Pessoa, Karen Worcman, explica a necessidade da criação de um museu aberto às histórias de vida das pessoas:

"History seems to be made of what the dominant culture elects to be important. But how about people, regular people? Regular people make history while they are here. Each person has a unique life story and a different experience that is valuable. To be able to understand life through a housewife's point of view or through a doorman's point of view or through the view of a child on the street, this can be really important and revolutionary. There are museums for everything: art objects, civilizations, kings, queens, cities, etc. But, why not have a museum for regular people? A museum that could give everybody the possibility of having his or her life story preserved for eternity? Why not have a Museum of the Person? I think that was how the idea was born"⁹⁰. (GILLESPIE, 1999)

O Museu da Pessoa não é o único museu a recolher e preservar histórias das pessoas, mas sua concepção é interessante, na medida em que trabalha o conceito de um museu aberto a todas as histórias de vida. O que é mais comum nos museus é a utilização de depoimentos de histórias de vida como uma documentação complementar aos objectos do acervo. No Museu da Pessoa as histórias de vida são o seu próprio acervo. Mais do que musealizar pessoas, o seu foco é musealizar suas histórias, seus gestos e suas visões de mundo.

II.1.2. Conceitos norteadores

O trabalho do Museu da Pessoa está baseado em três eixos: registo, preservação e divulgação de histórias de vida. Partindo desses três eixos, o trabalho do Museu da Pessoa está centrado nos seguintes conceitos norteadores:

⁹⁰ - Tradução livre: "A história parece ser feita do que foi demarcado como significativo pela cultura dominante. Mas como proceder quando falamos de todo e qualquer indivíduo, de pessoas comuns? Pessoas comuns constroem a sua história aqui e agora. A história de cada pessoa é única, e a experiência vivida é valiosa. Conseguir entender a vida do ponto de vista de uma dona de casa ou através da visão de um porteiro ou pelos olhos de uma criança de rua, pode-se constituir em algo importante e revolucionário. Podem-se encontrar museus a respeito de tudo: objectos de arte, civilizações, reis, rainhas, cidades, etc. Mas, por que não dispor de museus para pessoas comuns? Um museu que oferecesse a possibilidade de preservar a história de vida de todas as pessoas por toda a eternidade? Por que não ter um Museu da Pessoa? Acho que foi assim que tudo começou."

- *“A história de cada pessoa é valiosa para a construção de uma memória social.*
- *A memória oral abre espaço para a transmissão de experiências que se perdem com o passar das gerações.*
- *Coletar e organizar histórias de vida são formas importantes de produzir conhecimento.*
- *A história dá senso de identidade e pertencimento e pode estabelecer novos valores sociais.*
- *Cidadania inclui o respeito à história e aos valores de cada um⁹¹”.*

Analisando os conceitos norteadores do Museu da Pessoa é possível dividi-los em dois grupos: o primeiro grupo diz respeito ao uso da memória e o segundo grupo a forma de produção dessa memória. Nesse primeiro grupo enquadram-se os conceitos para a construção de uma memória social, para a percepção da identidade de um grupo social e para a valorização da cidadania. No segundo grupo encontram-se os conceitos de transmissão da memória para o futuro e como produção de conhecimento.

É o primeiro conceito norteador que resume a essência do trabalho desenvolvido pelo Museu da Pessoa, ou seja, a história de cada pessoa é valiosa para a percepção da memória social, entendendo a memória social como a memória colectiva de um determinado grupo social. Conforme vimos anteriormente, um dos princípios defendidos pela Nova Museologia é a noção da memória colectiva como base do património e referencial para o entendimento e transformação da realidade. A história de vida de uma pessoa é, portanto, património imaterial do grupo social ao qual ela pertence. E esse património deve ser preservado, assim como os bens materiais que são reflexo dessa memória colectiva. Ou seja, tão importante quanto preservar objectos é preservar os costumes, histórias e tradições ligadas àquele grupo social.

Em sintonia com o primeiro conceito norteador, o Museu da Pessoa defende também o uso da memória social para a transformação da sociedade. Ou seja, é através do conhecimento da sua própria história que um grupo social se vê, se reconhece e pode estabelecer novos parâmetros e novos valores sociais. Nesse sentido, a memória é também ferramenta para a melhoria da auto-estima de grupos sociais e para transformação em uma colectividade mais consciente e mais transformadora. A memória, além de factor de coesão de um determinado grupo social, também ajuda no resgate a auto-estima, na medida em que conhecendo a história do outro passamos a valoriza-lo enquanto ser humano portador de valores.

O Museu da Pessoa acredita também que é importante a preservação do conhecimento e a divulgação dessas experiências para as novas gerações. Isso faz-se necessário para evitar a

⁹¹ - Informação retirada do Portal do Museu da Pessoa.net <http://www.museudapessoa.net>, no dia 26 de Junho de 2004 às 15:57h.

perda de identidade do grupo social. Nesse sentido, recolher histórias de vida é produzir conhecimento para as gerações futuras, mas também para o presente, pois, além de produzir conhecimento através da recolha da memória oral, transformando-a em fonte de pesquisa, o Museu da Pessoa defende o uso desse conhecimento para a transformação da realidade no tempo actual.

II.1.3. Missão e Visão

À medida em que a experiência com os projectos foi crescendo, houve a necessidade de expressar na missão os conceitos norteadores defendidos pelo Museu da Pessoa. Por isso, no ano de 2001 a partir de discussão com a equipa chegou-se à missão actual que é: *“Registrar, preservar e transformar em informação histórias de vida de toda e qualquer pessoa da sociedade, promovendo mudanças sociais por meio da reflexão sobre a identidade e valorização de indivíduos e comunidades”*⁹². Na missão está expresso a característica essencial do trabalho do Museu da Pessoa que é o uso da memória social para a valorização e para transformação da sociedade. Nesse sentido, os conceitos norteadores complementam a missão.

*“Eu acredito profundamente no poder do Museu tanto para um ser humano quanto para um grupo. O que eu acho? Qual é a missão do Museu? (...) eu acho que a história não é sobre o passado, é sobre o seu presente. É ela que realmente faz que você perceba o que você está sendo no momento, ou o que você vai ser. Isso para uma pessoa ou até para um grupo. Então, eu acho que você, toda pessoa tem a sua própria história, e criar uma grande rede de histórias de vida é uma forma de você realmente criar um impacto social grande, de mudanças. Só ouvindo o mundo do outro você entende o outro, senão é tudo preconceito, pré-concebidos: pobre é assim, preso é assim, gringo é assim. Os mundos podem ser tantos, e cada mundo tem sua lógica”*⁹³.

A partir da discussão de uma missão mais abrangente, o grupo gestor do Museu da Pessoa chegou a uma visão que seria: *“Ser referência mundial em memória oral, como um espaço virtual de expressão, comunicação, geração e troca de conhecimento entre as pessoas de todo o mundo”*⁹⁴. Uma vez que o Museu da Pessoa defende a preservação do conhecimento das pessoas, independentemente de onde estejam, e que a abrangência de seu trabalho não

⁹² - Informação retirada do Portal do Museu da Pessoa.net <http://www.museudapessoa.net>, em 26 de Junho de 2004, às 15:57h.

⁹³ - Entrevista de história de vida de Karen Worcman realizada pela jornalista Solange Mayumi Lemos, s.d..

⁹⁴ - Informação retirada do Portal do Museu da Pessoa.net <http://www.museudapessoa.net>, no dia 26 de Junho de 2004 às 15:57h.

está restrita ao Brasil, a visão foi concebida no sentido de vir a ser um projecto de carácter mundial. Nesse sentido, a visão do Museu da Pessoa diz respeito às intenções de crescimento e expansão do seu trabalho e de sua metodologia. O Museu da Pessoa quer ser um espaço virtual, mas não somente de carácter e abrangência locais, mas a nível mundial.

Para realizar sua missão e sua visão, o Museu da Pessoa definiu alguns objectivos de trabalho. São eles:

- *“Valorizar e preservar a história de vida de todas as pessoas, incentivando o protagonismo de pessoas e grupos;*
- *Constituir um painel multifacetado de pessoas no mundo, estimulando o respeito à diversidade cultural, social, sexual, política, étnico-racial e religiosa dos vários grupos e comunidades;*
- *Colaborar com a aproximação e o entendimento entre diferentes gerações, grupos e comunidades;*
- *Socializar a produção de conteúdo na Internet⁹⁵”.*

Os objectivos do Museu da Pessoa são os seus princípios de trabalho. Além da valorização das histórias de vida para a transformação social, o Museu da Pessoa trabalha para a aproximação de gerações e para a socialização dos conteúdos na Internet⁹⁶. Pois, a socialização do conteúdo é uma das características que faz com que o Museu da Pessoa seja um museu virtual e não somente um site. Além disso, é parte dos objectivos do Museu da Pessoa criar um grande painel de histórias de vida, incentivando o protagonismo dos grupos sociais abrangidos pelos projectos desenvolvidos.

II.1.4. Configuração do trabalho

O Museu da Pessoa foi oficialmente criado em 1992. Como o Museu da Pessoa é uma instituição que não tem financiamento público todo trabalho é desenvolvido através da dinâmica de projectos⁹⁷. Os tipos de projectos desenvolvidos pelo Museu da Pessoa têm duas configurações: projectos sociais e projectos institucionais. Os projectos sociais são ligados à

⁹⁵ - Idem.

⁹⁶ - Um projecto interessante sobre a aproximação de gerações foi desenvolvido pelo Projecto Aprendiz, em parceria com o Museu da Pessoa em 2001. Um dos objectivos do projecto Oldnet era a formação de jovens estudantes do secundário na metodologia de história oral para que eles pudessem recolher depoimentos de idosos moradores do asilo Golda Meir, da cidade de São Paulo. Além de recolher as histórias, os jovens ensinavam aos idosos como utilizar a Internet. As histórias recolhidas pelos jovens foram disponibilizadas no site do Museu da Pessoa (<http://www.museudapessoa.net/hotsites/oldnet/index.htm>).

⁹⁷ - Durante toda a sua trajectória o Museu da Pessoa já realizou 90 projectos, recolhendo mais de 4 mil depoimentos. Actualmente está trabalhando em oito projectos de resgate de memória.

educação, terceira idade, Internet e depoimentos abertos ao público⁹⁸. Os projectos institucionais são aqueles ligados aos programas de memórias das empresas, instituições e produtos culturais⁹⁹. Para a execução desses projectos o Museu da Pessoa busca parceiros e patrocinadores para o seu financiamento. Muitos dos projectos desenvolvidos pelo Museu da Pessoa são para empresas que desejam registar a sua história, através das histórias de vida de seus colaboradores. Nesses projectos, o Museu da Pessoa é um prestador de serviços na área de desenvolvimento de projectos de memória. E os resultados finais dos projectos são sempre produtos culturais tais como exposições, publicações e documentários em vídeo.

Este tipo de projecto ajudou o Museu da Pessoa a ampliar seu acervo de depoimentos, uma vez que a base de toda pesquisa são os depoimentos. Nesses casos, o acordo assinado entre o Museu e a empresa permite que os depoimentos recolhidos no projecto possam fazer parte do acervo do Museu da Pessoa. Foi dessa forma que o Museu da Pessoa conseguiu aumentar o seu acervo de depoimentos e também garantir a sua sustentabilidade ao longo dos anos.

“Todos os projetos geram depoimentos que integram o acervo geral do Museu da Pessoa. O crescimento do acervo é viabilizado pelo direito de propriedade intelectual sobre os conteúdos, sempre firmado pelo Museu da Pessoa em seus contratos com os clientes e depoentes em geral. O acervo é também ampliado por histórias que chegam via Internet”. (WORCMAN, 2002b: 2)

Pela sua própria dinâmica de trabalho, o Museu da Pessoa tem um corpo de colaboradores variável, ou seja, se há muitos projectos o número de profissionais envolvidos é maior e se o número de projectos diminui, diminuem também os profissionais envolvidos. A dinâmica de projecto é interessante pois torna a instituição mais flexível mas também é factor de insegurança pois, as equipas são estruturadas somente com a existência de verba disponível para determinado projecto. Nesse sentido, o Museu da Pessoa tem buscado criar novos projectos e novas fontes de financiamento.

Em 2002, com a criação do Instituto Museu da Pessoa.net, procurou-se criar uma entidade jurídica que fosse responsável pelos projectos sociais, separando-os dos projectos institucionais. Além disso, o objectivo da criação do Instituto era disseminar, multiplicar e democratizar seu acervo e metodologia, além de tentar expandir o trabalho do Museu da

⁹⁸ - Todos os sábados o Museu da Pessoa abre suas portas para gravar depoimentos das pessoas. São pessoas que se registaram previamente e que são convidadas a darem o seu depoimento naquele dia. Estes depoimentos não estão ligados a nenhum projecto específico. O objectivo do Museu Aberto é abranger pessoas que não têm oportunidade de serem entrevistadas pelos projectos em curso.

⁹⁹ - Várias empresas brasileiras e multinacionais instaladas no Brasil fizeram projectos de memória empresariais em parceria com o Museu da Pessoa. A valorização das histórias dos funcionários é o traço comum em todos esses projectos.

Pessoa a outros países, criando novos núcleos. Conforme vimos anteriormente, a visão do Museu da Pessoa é ser referência mundial em histórias de vida. Com o objectivo de expandir sua metodologia e ampliar seus horizontes decidiu-se que era importante canalizar as energias para a criação de uma rede mundial de memórias. Esse processo que ainda está em curso deverá culminar com uma rede abrangendo não somente os núcleos do Museu da Pessoa mas também outros projectos de memórias espalhadas pelo mundo.

A criação de um núcleo do Museu da Pessoa em Portugal, em 1999, foi o primeiro passo para a expansão do trabalho do Museu da Pessoa. Os núcleos do Museu da Pessoa, a actuar em Portugal, Estados Unidos e Canadá, são independentes do Museu da Pessoa do Brasil. A ideia que os une é a missão do Museu da Pessoa e o seu compromisso social. Conforme veremos posteriormente, a escolha dos locais para a criação de núcleos não foi proposital mas aconteceu em virtude dos contactos que o Museu da Pessoa foi efectuando ao longo de sua trajectória. O papel do Museu da Pessoa, do Brasil, é treinar os novos núcleos no uso da metodologia de história oral e ser o gestor da rede de memórias. Como a actuação dos núcleos é independente, actualmente está em estudo a criação de um sistema integrador que possa 'ler' todos os depoimentos. Este sistema possibilitará o acesso a todos os depoimentos do acervo do Museu da Pessoa, independentemente do núcleo a que pertence. A ideia de criação desse sistema integrador, que será um dos braços da rede Museu da Pessoa.net, é fazer com que os projectos de memória possam fazer parte de um mesmo acervo.

II.1.5. O impacto social

O impacto social do trabalho do Museu da Pessoa pode ser medido através de três factores: pelo registo dos depoimentos, pela possibilidade de pesquisa e pela inclusão digital realizada em seus projectos educativos. A primeira dimensão é a possibilidade do **registo de depoimentos**, pois dá oportunidade às pessoas comuns de terem suas histórias de vida preservadas, contribuindo para elevação de sua auto-estima. A gravação de um depoimento de história de vida é uma arma fundamental para a melhoria de qualidade de vida, principalmente dos idosos, conforme podemos notar pelo depoimento do Sr. Marius Vieira Gonçalves, participante do Programa 'Agentes da História' que afirma¹⁰⁰: "*Eu nunca me imaginei*

¹⁰⁰ - O programa **Agentes da História** foi um projecto desenvolvido pelo Museu da Pessoa entre os anos 2000 e de 2001 e previa a formação e capacitação de idosos na metodologia de história oral. Após a formação, os idosos participavam da recolha de depoimentos aos sábados e em eventos onde havia recolhas de depoimentos. <http://www.museudapessoa.net/hotsites/agentes/index.htm>

*participar de um museu. Este trabalho é uma vacina contra o complexo de inferioridade*¹⁰¹”.

Além disso, por se tratar de depoimentos de pessoas comuns, o trabalho do Museu da Pessoa ajuda na recuperação da auto-estima.

*“Para a pessoa que narra é um elemento transformador, também. Ela começa a recolher essa história, vai repensando... Narrar é retornar ao registro, partir de alguma coisa, recriar. (...) não é como fazer uma terapia: posso pagar um analista e contar minha vida. Mas não, é contar como um legado, de preservação, de reconstrução mesmo da própria identidade.”*¹⁰²”

Conforme vimos anteriormente, para o Museu da Pessoa a memória é também uma ferramenta de valorização da auto-estima dos grupos sociais. Entre vários projectos do Museu da Pessoa com essa perspectiva ressaltamos o projecto ‘Identidade e Memória’, desenvolvido em parceria com a Secretaria Municipal de Educação da Cidade do Rio de Janeiro, entre Dezembro de 2001 e Setembro de 2002. O projecto previa a capacitação de membros da comunidade do Morro dos Prazeres na metodologia de história oral. Os próprios moradores, orientados por profissionais do Museu da Pessoa, recolheram as histórias de vida dos moradores da comunidade, seleccionaram e editaram o material para a elaboração de uma exposição e um documentário em vídeo¹⁰³. O resultado do projecto foi apresentado no dia 4 de Outubro de 2002, nas dependências do Centro de Desenvolvimento de Educação Integrada Amália Fernandez Conde, mais conhecido como Casarão dos Prazeres. Mais do que recolher depoimentos da comunidade, o objectivo era a mobilização da comunidade para um trabalho com a memória. Embora este projecto tenha tido êxito em suas proposições, ficou claro que um projecto para ser realizado por uma comunidade, deve ser algo desejado pela comunidade e gerido pela própria comunidade.

As narrativas orais são ricas em informações e conhecimentos que muitas vezes se perdem de uma geração a outra. A possibilidade de preservar estas narrativas orais para o conhecimento das novas gerações é factor fundamental para o auto-conhecimento dos grupos sociais.

“(...)democratizing the production and diffusion of information should be the most important goal. Inasmuch as the members of communities acquire digital technology, they themselves can also become producers and keepers of their own history,

¹⁰¹ - Trecho do depoimento do Sr. Marius Vieira Gonçalves, nascido em Araguari, Minas Gerais, em 1916. Militar reformado, escritor e escultor, Marius foi entrevistado em 1999 e posteriormente convidado a participar do programa **Agentes da História**.

¹⁰² - Entrevista de história de vida de Karen Worcman realizada pela jornalista Solange Mayumi Lemos, s.d..

¹⁰³ - A equipa de trabalho formada por sete pessoas da comunidade recolheu 26 histórias de vida (em áudio) de antigos moradores do Morro dos Prazeres, 34 curtos depoimentos em vídeo durante um evento no Casarão dos Prazeres, três depoimentos temáticos, além de cerca de 230 fotos e documentos.

integrating it or not with the social history of other communities. It is in this sense that socially excluded communities (indigenous and others) can use digital technology and the Internet as forms of social and cultural inclusion¹⁰⁴. (WORCMAN, 2002a)

A segunda dimensão do impacto social do trabalho do Museu da Pessoa é a possibilidade de dar às pessoas acesso, através da **pesquisa**, a um acervo de histórias de vida. Para o Museu da Pessoa, tão importante quanto registar a memória, é preciso divulgá-la. Por isso, o esforço do Museu da Pessoa foi sempre no sentido de transformar os depoimentos, recolhidos nos projectos, em produtos culturais, tais como exposições, livros, sites na Internet e CD-ROM's. Além de possibilitar uma visão mais democrática da história, a divulgação do acervo permite a compreensão de valores e expectativas de pessoas e comunidades que normalmente não têm espaço nas mídias tradicionais. Nesse sentido, a existência da Internet é fundamental pois permite uma maior divulgação do material, uma vez que é acessível por qualquer computador conectado à rede mundial de computadores.

O uso do acervo de depoimentos do Museu da Pessoa por professores e jornalistas sempre foi constante, embora poucas vezes mensurado devido a inexistência de controlo sobre o material retirado da Internet. Em relação ao uso do acervo, o Museu da Pessoa é muito consultado (via telefone) por jornalistas e pesquisadores que querem ter contacto de pessoas que já deram seu depoimento para o Museu da Pessoa¹⁰⁵. Em 2000, o site foi citado como fonte de pesquisa em alguns livros escolares. Isso fez com que vários alunos entrassem em contacto com o site e utilizassem os depoimentos em trabalhos escolares. Entre eles destacamos um comentário enviado por e-mail pela estudante Raíssa Pelicer Sugimoto, recebido em 21/03/2001: *"Fiquei sabendo do Museu da Pessoa pela aula de Historia. Estou na 4ª série e achei o Museu da Pessoa muito criativo, porque podemos deixar depoimentos e conhecer outras pessoas, outras épocas... Vi muitas coisas legais!"*

A terceira dimensão do impacto social do Museu da Pessoa é a **inclusão digital**. O Museu da Pessoa defende o uso dos computadores em projectos de memória, pois é preciso dar 'sentido' ao uso dos computadores. O Museu da Pessoa acredita que a verdadeira inclusão social não é colocar as comunidades em contacto com os computadores, mas dar um uso dinâmico ao trabalho com os computadores. Segundo Karen Worcman, o uso de

¹⁰⁴ - Tradução livre: *"(...) democratizar a produção e a difusão da informação deve ser o objectivo mais importante. Visto que os membros das comunidades adquirem a tecnologia digital, eles mesmos podem também transformar-se produtores e preservadores de sua própria história, integrando a ou não com a história social de outras comunidades. É neste sentido que as comunidades socialmente excluídas (indígenas e outras) podem usar a tecnologia digital e a Internet como forma de inclusão social e cultural"*.

¹⁰⁵ - Por questões de segurança, no site do Museu da Pessoa não são divulgados os contactos dos depoentes.

computadores não significa necessariamente inclusão digital, muito menos a digitalização de suas histórias.

" (...) digitize the artifacts and historical narratives of communities does not guarantee social inclusion. On the other hand, to simply distribute computers among communities (indigenous and others) does not guarantee digital inclusion. It is necessary to first make computers and their use meaningful to the people who will be using the computers. Communities need to be engaged in the digitization of their own stories as a means of social affirmation. It is also critical that communities feel the «need» and/or have the will to publicize and integrate their cultures¹⁰⁶." (WORCMAN, 2002a)

A ideia de aliar memória, educação e novas tecnologias tomou corpo a partir de 2001 com o início do desenvolvimento do projecto 'Memória Local'¹⁰⁷. O projecto 'Memória Local' é uma iniciativa do Museu da Pessoa e do Instituto Avisa Lá que alinha uso da memória e aprendizagem oral e escrita na escola¹⁰⁸. O objectivo dessa iniciativa é o desenvolvimento de projectos de memória local nas escolas públicas, com ênfase nas práticas de leitura e escrita por meio da capacitação de professores e técnicos. A ideia básica que move os projectos é a capacitação de professores na metodologia de história oral e o uso da memória no processo de ensino-aprendizagem de alunos do ciclo básico. É um projecto que já abrangeu escolas das cidades de Ituiutaba, Uberaba, Uberlândia, Rio de Janeiro e Santos¹⁰⁹.

O projecto, desenvolvido ao longo de 10 meses promove encontros de três em três semanas entre as formadoras do Museu da Pessoa, do Instituto Avisa Lá, os professores, os coordenadores. Prevê também encontros com os alunos das salas de aula atendidas e o uso de computadores para a inserção das histórias recolhidas. Os computadores nesse projecto são usados pelos alunos para inserirem no site do Museu da Pessoa as histórias recolhidas pelo projecto. Na maioria dos casos, é através do projecto que os alunos e também os professores têm um primeiro contacto com a informática, pois um dos requisitos para a escola participar

¹⁰⁶ - Tradução livre: "*(...) a digitalização de artefactos e narrativas históricas de comunidades não é garantia de inclusão social. Por outro lado, a distribuição pura e simples de computadores entre comunidades (indígenas e outras) não é garantia de inclusão digital. Antes de tudo é preciso colocar os computadores e fazer com que a sua utilização realmente tenha sentido para as pessoas que os usam. As comunidades precisam ser envolvidas no processo de digitalização de suas histórias como forma de afirmação social. Também é essencial que as comunidades sintam a «necessidade» e/ou tenham a vontade de divulgar e integrar suas culturas.*"

¹⁰⁷ - Sobre o projecto Memória Local há uma dissertação de mestrado defendida pela formadora do Museu da Pessoa, Zilda Kessel. Nela, a autora estuda o uso das novas tecnologias e da memória na aprendizagem escolar, tendo por base o estudo de caso do projecto Memória Local desenvolvido pelo Museu da Pessoa e pelo Instituto Avisa Lá, no bairro de Vila Isabel, no Rio de Janeiro. Referências: KESSEL, Zilda. **A construção da memória na escola**: um estudo sobre as relações entre memória, história e informação na contemporaneidade. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, 2003. Tese de Mestrado em Ciência da Informação. p. 144.

¹⁰⁸ - O Instituto Avisa Lá é uma organização não governamental voltada para o desenvolvimento de projectos na área de formação de professores. Mais informações no site <http://www.avisala.org.br/>

¹⁰⁹ - De 2001 a 2003 o projecto formou 55 coordenadores, 99 professores e 3.679 alunos.

do projecto, é ser uma escola pública e sem acesso à Internet¹¹⁰. Dessa forma, o projecto contribui também para a inserção digital pois os computadores permanecem na escola após o fim do projecto. Os resultados finais do projecto são uma exposição, com as histórias recolhidas pelas crianças na comunidade e desenhos efectuados, e um site com as histórias. A elaboração de produtos finais é importante pois torna visível às próprias crianças, o resultado do trabalho.

A apresentação das histórias no espaço virtual possibilita não só uma divulgação maior dos resultados do projecto 'Memória Local', mas também uma inclusão digital dos utilizadores através dos conteúdos inseridos. Dessa forma, os professores aprendem a utilizar a Internet como uma ferramenta de interacção, para o uso no dia-a-dia na escola.

II.1.6. A virtualidade

O Museu da Pessoa foi, desde o seu início, concebido para ser um museu virtual de histórias de vida. É um museu que tem na sua concepção original a ideia de virtualidade pois, ele já nasceu com o propósito de 'reconsiderar' o espaço museal¹¹¹. Conforme vimos anteriormente, a virtualidade não está necessariamente ligada à Internet, pois a virtualidade poder ser aquilo que existe em potência, e não simplesmente em acto. Um museu virtual é portanto, aquele que possibilita a interacção das pessoas com o seu património de forma virtual, ou seja, sem o deslocamento a um determinado espaço físico.

A criação de um museu de histórias de vida quase que pressupõe a criação de um museu virtual, uma vez que é impossível musealizar pessoas, no sentido tradicional do termo, tal como musealizamos objectos. A musealização das pessoas é a musealização de suas histórias de vida, de sua trajectória pessoal. No entanto, é preciso deixar claro que nem todos os museus que contém depoimentos são virtuais, uma vez que muitos deles não trabalham com a ideia da virtualidade, tornando-se somente espaços de recolha e preservação das histórias de vida, sem divulgá-las. Nesse sentido, a concepção destes museus está mais próxima dos centros de investigação do que de museus propriamente ditos.

“There are many people, and their discourses are impalpable. Therefore, the «place» to gather that material had to be a virtual «place». Today, with the progress of Internet, speaking about «virtual» space may even seem as a trivial thing, but at the beginning it sounded more like an ideal, the one of creating information networks that could be

¹¹⁰ - Os computadores e o acesso à Internet são financiados pelos patrocinadores do projecto que são actualmente o Instituto Pão de Açúcar e a CTBC Telecom. Além disso, o projecto conta com uma parceria com a IBM.

¹¹¹ - Aqui entendendo o espaço museal como um espaço físico, de visita física e não como um espaço museológico.

connected, constituting a «virtual Museum». Therein, the only possible way to carry our purposes through was the creation of the multimedia data bank that could eventually be available in networks, thus creating a virtual network of life stories¹¹²» (WORCMAN et al., 1999).

Sobre a questão do espaço museal, em entrevista a Thom Gillespie, Karen Worcman, afirma que para a criação de um museu de histórias de vida é necessário repensar a noção de espaço museal.

"The idea of establishing a «museum» that preserves «people's life stories» forced us to reconsider our standard idea of «place»,» Worcman says. 'There are many people, and their voices are non-material. Therefore, the «place» to gather their stories had to be a «virtual» place¹¹³." (GILLESPIE, 1999).

A ideia de virtualidade está presente na criação do Museu da Pessoa e essa certeza já estava presente na página de entrada do site, lançado em 1996, onde vinha o alerta: *"Museu da Pessoa não é um museu nos moldes tradicionais. É um museu virtual. O que fica registrado são as narrativas, as fotografias, os documentos, formando um banco de dados com centenas de depoimentos¹¹⁴".* A ideia inicial era a de que as histórias seriam divulgadas através de CD-ROM's, livros, exposições e em espécie de *jukeboxes* com as histórias, espécie de quiosques multimédia. *"O museu sempre foi virtual. Não tinha Internet nem nada. A gente achava que ia ter uma porção de jukebox.¹¹⁵"*

Não havia a ideia de criar um museu físico com as histórias de vida, pois o objectivo do Museu da Pessoa não era ter um espaço para a visitação, mas tentar abranger um maior número de pessoas com a divulgação das histórias recolhidas. A virtualidade era entendida no sentido de divulgar as histórias das pessoas de forma mais abrangente possível. Nesse sentido, o surgimento da Internet deu ao Museu da Pessoa as ferramentas necessárias para a divulgação de suas histórias de maneira mais eficaz. A popularização da Internet veio consolidar esta ideia, pois possibilitou uma maior divulgação do trabalho desenvolvido. Além disso, a Internet possibilitou também que os utilizadores da Internet, público do Museu da Pessoa, interagissem com as histórias, não só consultando-as, mas enviando suas próprias

¹¹² - Tradução livre: *"Existem muitos povos, e seus discursos são imperceptíveis. Por consequência, o «lugar» de coligir esse material tinha de ser um «lugar» virtual. Actualmente, com o desenvolvimento da Internet, falar sobre espaço «virtual» pode até mesmo parecer banal, mas no início isso soou mais como algo ideal, capaz de criar redes de informação que podiam ser conectadas, constituindo um «Museu virtual». Nesse particular, a única forma possível de alcançar nossos objectivos era a criação de uma base de dados multimédia porque podia depois ser disponibilizada em redes, criando, assim, uma rede virtual de histórias de vida."*

¹¹³ - Tradução livre: *"A ideia de criar um «museu» que preserve as «histórias de vida de todas as pessoas» nos fez reavaliar a ideia padrão de «lugar». Worcman afirmou que 'existem muitas pessoas, e suas vozes são imateriais. Assim, o melhor «lugar» para reunir essas histórias tinha de ser um «espaço» virtual'"*

¹¹⁴ - Informação retirada do primeiro site do Museu da Pessoa (actualmente desactivado)

¹¹⁵ - Entrevista da história de vida de Karen Worcman realizada pela jornalista Solange Mayumi Lemos, s.d..

histórias e fotos de família. Assim, qualquer pessoa pode enviar sua história de vida ou a história de sua família para ser inserida no acervo do Museu da Pessoa.

O Museu da Pessoa é um museu virtual, na medida em que trabalha o património imaterial, através de acções museológicas, num espaço virtual. A musealização das histórias de vida em um museu virtual permite não somente a divulgação dessas histórias mas também a interação do público com este património.

II.1.7. Considerações finais

A ideia de democratização da memória, defendida pelo Museu da Pessoa, não é somente dar oportunidade às pessoas de terem sua história de vida preservada, mas também fazer com que essas histórias sejam utilizadas para promover mudanças sociais. Nesse sentido, baseia-se nos conceitos defendidos pelo movimento da Nova Museologia, onde o papel dos museus não é somente o de preservação de conhecimento, no caso das histórias de vida, mas também de mediador no processo de transformação social de determinada comunidade.

Conforme pudemos ver, o surgimento de um museu com histórias das pessoas não é algo assim totalmente inédito, mas as especificidades do Museu da Pessoa o torna único em relação a outros museus do género. A maior contribuição do Museu da Pessoa está na sua própria concepção, onde o uso social da memória é a base do seu trabalho.

“Acho que o Museu da Pessoa é uma grande ferramenta de transformação, de compreensão, integração social. A minha ideia é ter um portal, agregar grupos, crianças, todo mundo fazer parte da mesma grande comunidade. É como se criasse um grande depósito de histórias de uma grande comunidade. E as pessoas se perceberiam dessa maneira. Acho que o mundo é construído pela narrativa que você tem, e a sociedade vai transformar ele a partir dessas narrativas, de refazer essas narrativas. Acho que o poder do Museu é esse. (...) E sei que o Museu muda valores, muda padrões culturais, educacionais. Muda sua noção de espaço – por que não um museu? Muda sua noção de história¹¹⁶”.

A própria virtualidade é também uma característica essencial do Museu da Pessoa, uma vez que a comunicação com o público é feita essencialmente através da Internet. É através da Internet que o Museu da Pessoa consegue abranger um público muito maior do que aquele que tem acesso ao seu acervo fisicamente. Ou seja, é através da Internet que o Museu da Pessoa consegue cumprir seu papel de museu virtual voltado às memórias das pessoas.

¹¹⁶ - Entrevista de história de vida de Karen Worcman realizada pela jornalista Solange Mayumi Lemos, s.d..