



XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVII ENANCIB)

GT 9 – Museu, Patrimônio e Informação

RELAÇÕES ENTRE MUSEUS E VISITANTES: TRANSFORMAÇÃO OU PERMANÊNCIA - A PARTIR DO USO DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO?

RELATIONS BETWEEN MUSEUMS AND THEIR VISITORS: PERMANENCE OR CHANGE – AS FROM THE USE OF THE NEW TECHNOLOGIES OF INFORMATION AND COMMUNICATION?

Teresa Cristina Moletta Scheiner¹, Marcela Maria Freire Sanches²

Modalidade da apresentação: Comunicação Oral

Resumo: A reflexão é resultado de um recorte da pesquisa realizada para a Tese de Doutorado que objetiva investigar aspectos do Museu como potência criativa, partindo da sua relação fenomênica com o humano, observando os atravessamentos hoje existentes entre Museu e indivíduo, Museu e sociedade, em particular a relação do Museu da Vida com as suas comunidades locais. Considerando que vivemos num presente contínuo de transformações, o Museu torna-se espaço privilegiado de ressonância de uma humanidade que, no século XXI, é atravessada pelo uso das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTICs). A cibercultura transformou as relações entre museus e público, ao mesmo tempo influenciadas e influenciadoras dos processos de memória. Isto se dá especialmente nas relações entre museus e redes virtuais. Este trabalho pretende abordar algumas relações entre os museus e as enunciações coletivas dos visitantes registradas em redes, essencialmente por meio de imagens, buscando identificar como tais experiências são capturadas em âmbito institucional. Utiliza-se como estudo de caso o Museu da Vida, na FIOCRUZ (Rio de Janeiro, Brasil). A pesquisa busca responder às seguintes questões: as memórias produzidas pela experiência física desenvolvida na visita ao museu seriam necessariamente transformadas, ou se cristalizariam nos registros das redes sociais, em estágio de permanência? Qual a ressonância dessas relações no campo da Museologia? A proposta é ampliar esta discussão para o campo, uma vez que se trata de uma questão interdisciplinar e contemporânea aos museus. A metodologia da pesquisa parte da análise de experiências realizadas por outros profissionais em situações similares e apoia-se em trabalho de campo realizado entre 2015 e 2016, além de consultas sistemáticas à rede. Os resultados são parciais, uma vez que a pesquisa da Tese encontra-se em andamento. Ao final da pesquisa, espera-se confirmar a hipótese de que o Museu, enquanto representação do Real, é penetrado pelas novas ferramentas da cosmopédia, que possibilitam o acesso às memórias registradas e o compartilhamento das experiências e saberes em rede virtual.

Palavras-chave: Museu, Museologia, Memória, Cibercultura, Cosmopédia.

¹ Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

² Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Abstract: *The reflexion is based on the partial results of a PhD Thesis research that investigates some aspects of the Museum as phenomenon and creative potency, as from its relationship with the Humane – taking into account the present links between Museum and the Individual, as well as between Museum and Society, in particular the Museum of Life relationship with their local communities. Considering that we live in a continuously transforming present, the Museum becomes a privileged instance of resonance of a humanity that, in the 21st Century, is crossed by the use of the new technologies of information and communications (NTICs). Cyber-culture has transformed the relationships between museums and their audiences, at the same time influencing and being influenced by the processes of memory. This happens mainly within the relationships between museums and virtual networks. This article intends to approach some relationships between museums and the collective enunciations of the visitors, as registered in the networks, essentially by means of images – aiming at identifying the ways by which such experiences are captured within the institutional frames. The case study is the Museum of Life (Museu da Vida) at FIOCRUZ, Rio de Janeiro, Brazil. The research aims at answering the following questions: Would the memories produced by the physical experience developed in the visit to the museum necessarily transformed, or they would be crystallized in the registers of the social networks, in a stage of permanence? Which is the resonance of such relations in the field of Museology? The proposal is to enlarge such discussion towards the field, since this is an interdisciplinary issue, linked to contemporary museums. The methodology of research starts from the analysis of experiences carried over by other professionals in similar situations and is based in field work developed between 2015 and 2016, as well as in systematic approaches to the Net. Those are partial results: the Thesis expects to confirm the hypothesis that the Museum, as representation of Reality, is penetrated by the new tools of Cosmopaedia, which make possible the access to the memories registered, as well as the sharing of experiences and knowledge in the virtual sphere.*

Keywords: *Museum, Museology, Memory, Cyberculture, Cosmopedia.*

1. INTRODUÇÃO

Os museus, na qualidade de instancias comunicacionais, são abertos às vivências e transformações da sociedade. Em pleno século XXI tais mudanças são permeadas por vários fatos históricos: a globalização, a cultura de massa, o neoliberalismo, e o avanço das novas tecnologias da informação e comunicação (NTICs), preconizadas durante o século passado pelos cientistas e escritores³. As NTICs, em seu processo contínuo de evolução, tornaram-se presentes em nosso cotidiano e povoam nossa relação com o mundo (computadores, tablets, notebooks, smartphones, TV smtarphone e celulares com leitura do QR – código de barras bidimensional que permite a leitura de informações adicionais on line). Os museus além de se apropriaram das NTICs em suas ações diárias, também observam tais incorporações por seus visitantes. Isto é, no processo expositivo, algumas exposições recorrem ao uso dos tablets, ou computadores com recurso de *touch* (toque). Outras exposições apresentam nas etiquetas dos objetos expostos o recurso da leitura em QR, além de contarem com espaços destinados ao autorretrato dos visitantes, em seus respectivos celulares. De alguma maneira essas novas

³ [...] o aparelho (chamava-se teletela) podia ter o volume reduzido, mas era impossível desliga-lo de vez [...] A teletela recebia e transmitia simultaneamente. [...] A pena era um instrumento arcaica, raramente usada, mesmo em assinaturas, e ele conseguiu uma, furtivamente, com alguma dificuldade [...] Na verdade, não estava habituado a escrever à mão. Exceto recados curtíssimos, o normal era ditar tudo ao fala escreve. (ORWELL,1984, p.8 e 12)

práticas descritas, principalmente a última, nos permitem refletir sobre o registro de memórias do visitante durante a sua permanência no museu.

O registro do visitante no museu, além das assinaturas no caderno de visitação, atualmente também é representado por sua instantânea reprodução via celulares e postagem nas redes sociais, uma prática observada por profissionais dos museus desde a popularização dos celulares com sistemas operacionais e acesso à rede virtual. Em alguns museus⁴ propõe-se aos visitantes, antes do início da visitação mediada, o momento de registro antes e/ou depois da visita. Com o avanço das novas tecnologias e sua respectiva popularização, a prática do autorretrato nos museus disseminou-se. Diante do exposto, buscaremos refletir sobre as memórias do público (visitante) produzidas pelo uso das novas tecnologias da informação durante o seu processo relacional e real com o museu. As memórias produzidas por esse *experienciar* da visita real e física ao museu seriam eternizadas/registradas nas redes sociais, ou esvaziadas? Poder-se-ia questionar a cibercultura, como uma cosmopédia (LÉVY,1996) que permite acessar as memórias plurais dos visitantes e compartilhar suas experiências e saberes? Como os museus lidam com essa nova realidade - memórias e experiências / saberes compartilhados entre museu e público em redes virtuais? Eis a questão contemporânea.

2. FRONTEIRAS POSSÍVEIS: MUSEOLOGIA E FILOSOFIA

O campo epistemológico da Museologia consolida-se desde meados do século XX entre as circunstâncias históricas⁵ que permeiam esse processo, como o culturalismo, a ênfase à interculturalidade, o processo de globalização, o culto à memória e ao patrimônio. A Museologia atravessou os caminhos para se institucionalizar repensando seus movimentos: sua relação com o Real (Teoria Museológica) e suas formas de representação (os museus). Considerando que este processo se deu no âmbito de uma sociedade pautada em mudanças,

⁴ Reportamos aqui às práticas realizadas durante a visitação guiada pelo Museu da Vida/FIOCRUZ, um dos objetos de estudo do doutoramento. Trata-se de um museu de ciências que aborda a popularização da ciência e a história da saúde, aberto à visitação oficialmente em 1999 e vinculado à Casa de Oswaldo Cruz, instituto de pesquisa sobre a história e a memória institucional. Disponível em <<http://www.museudavida.fiocruz.br>>. Acesso em 24 jul.2015.

⁵ Tal afirmação é balizada a partir do próprio processo de compreender o crescimento do campo de conhecimento da Museologia, com a definição do objeto de estudo, metodologia científica e terminologias. Isto é, com a criação dos Conceitos-chaves da Museologia pela escola francófona, os estudos da escola do Leste europeu, com as contribuições de Stránský, Peter Van Mensch, entre outros; além das reflexões e produções acadêmicas elaboradas no âmbito do ICOM, Conselho Internacional de Museus, no grupo de trabalhos teóricos do ICOM, ICOFOM e por fim, o grupo de trabalhos no âmbito da América Latina e Caribe, ICOMFOM LAM. E o próprio processo de ampliação dos cursos de graduação e pós graduação em Museologia no cenário brasileiro, em disputa por construções da Teoria da Museologia- além da criação da Política Nacional de Museus no Brasil. Não seria um processo descrito, um exemplo de criação e desenvolvimento do campo epistemológico da Museologia? – um convite a reflexão.

dos tempos modernos aos líquidos, e conseqüentemente foi influenciado pela alteração dos paradigmas de pensamento de cada época, tal realidade reverberou nos museus - em suas práticas e teorias. Diante deste panorama evocam-se as escolas de pensamento da Museologia, com destaque para a escola Latino-americana, que investiga o museu como representação do Real e como ato de criação; e a “escola francófona” e a escola do Leste europeu (especialmente representada por Brno) que abordam as mesmas premissas, porém enfatizando o caráter institucional do Museu. A partir da perspectiva da Museologia preocupada com a relação fenomênica do Museu com a humanidade, iremos desenvolver algumas reflexões.

Vale ressaltar dentro deste contexto a afirmação de Deleuze (1992) em resposta a uma revista literária, *Literaire Magazine*, de que a filosofia seria revolucionária, isto é, criadora de novos conceitos. Outra relevante contribuição de Deleuze para a nossa discussão sobre memórias em redes e museus - eternizadas ou esvaziadas na relação entre museu e visitante a partir do uso das NTICs -, acrescida à presença de Guattari⁶, seria o conceito de **rizoma**, que se refere a múltiplos pontos que se conectam. Conceito elaborado pelos dois autores, o rizoma é uma ideia chave para compreender a cibercultura e a cosmopédia - conceitos elaborados por Lévy (1994).

Rizoma é definido pelos autores como uma raiz múltipla que se propaga, sem se prejudicar, sem anulações, configurando um sistema “a-centrado, não hierárquico, sem memória organizada” (DELEUZE; GUATTARI, 2007, p. 33). Uma das características do rizoma, extremamente interessante para associar à ideia da **relação entre museu e seu público de forma flexível**, seria a de possuir múltiplas entradas e saídas de conexões, possibilitando a ideia de cartografia, conforme referida nos mapas. No mapa há autonomia para a produção, reprodução e transformação com inúmeras possibilidades de entrar e sair pelas linhas de fuga, dando-nos a ideia de um sistema aberto, maleável e em constante mobilidade. A partir daí se poderia talvez traçar uma **cartografia dos museus e seus visitantes**, a partir do uso das novas tecnologias na cibercultura e na cosmopédia, usando como instrumento as redes sociais (*facebook, twitter, instagram e youtube*).

3 COMUNICAÇÃO EM MUSEUS VIA CIBERCULTURA

Atualmente a circulação da comunicação se dá por vários meios, principalmente pelo

Deleuze (2009; p.171) escreve sobre a parceria com Guattari, que antes havia escrito sobre psiquiatria, política e filosofia. O autor afirma que a colaboração da escrita entre eles, não era como duas pessoas, mas como “dois riachos que se juntam para fazer um terceiro, que teria sido nós”.

acesso às novas tecnologias da informação e comunicação, como nas comunidades virtuais e redes sociais. E diante dessa peculiaridade surgem novas questões ligadas à comunicação em museus. Como disseminar as informações além dos métodos tradicionais que os museus já usam - como a documentação museológica, as exposições, as reservas técnicas abertas e as atividades educativas oferecidas quando os públicos visitam fisicamente os museus? Pode-se pensar nos recursos oferecidos pelas NTICs? É uma questão que deve ser pensada dentro da Museologia, considerando as diversas realidades e as propostas políticas dos museus. Há uma tendência internacional, das campanhas virtuais realizadas pelos museus, de incentivar os seus respectivos públicos para além da visita física às exposições, o registro da visita e o seu compartilhamento nas redes. Como exemplo pode-se citar algumas experiências internacionais e nacionais: *ilovemuseums.com*, *#museumweek*⁷ e *#partiumuseudavida*. Antes de apresentar os casos dessas experiências enquanto cartografias abertas entre museus e seus públicos, convém evocar os referenciais teóricos: Pierre Lévy (1996) e seus conceitos primordiais para essa reflexão cibercultura e cosmopédia; e Manuel Castells (1996) com suas concepções acerca das sociedades em redes e suas respectivas temporalidades.

Após completar-se a maioridade da publicação os textos sobre a inteligência coletiva, os conceitos permanecem extremamente atuais: a nossa realidade de aplicativos, comunidades virtuais e redes sociais dos museus em tudo confirma as indicações de Lévy (1994, p 17) que há duas décadas já explicava a inteligência coletiva como a possibilidade de “compartilhar nossos conhecimentos e apontá-los uns para os outros” de maneira simples, coletiva e instantânea. O autor referia-se ao hipertexto digital enquanto possibilidade de adicionar maiores informações ao texto principal; e à crença de que no futuro o ciberespaço seria um lugar de democracia direta de grande abrangência, comentando que nas habitações haveria “redes digitais de comunicação interativa”. O ciberespaço efetivamente se desenvolveu como a personificação de um serviço para todos, isto é, tornou-se público (Lévy, 1994, p. 63-64).

Neste processo, o próprio autor questiona se o ciberespaço é verdadeiramente portador de uma cultura plural, e se a cibercultura não seria destinada à elite. E desenvolve argumentos de que as “infovias” responderiam a uma necessidade dos governos de sistematizar as informações, além da sociedade já usar o computador naquela época. O autor indaga sobre a possibilidade da cibercultura de exercer a democracia direta em tempo real, além de permitir a enunciação de diferentes perfis de discurso da inteligência coletiva. É singular a forma como Lévy apresenta a ideia de coletivo, como um jogo de multiplicidades e variedades de

⁷ Disponível em <<http://www.museus.gov.br/museum-week-celebra-cultura-e-museus-na-internet/>>. Acesso em: 2. Ago.2016.

enunciações.

Levando em conta o que foi observado na epígrafe, indagamos: - O que seriam as enunciações de discurso no ciberespaço? A capacidade de enunciar, relatar, exprimir o escrito e o oral (atualmente via vídeos na rede), formulando uma nova linguagem (SCHEINER, 2007, p. 35) baseada nos critérios da fragmentação e do caos, uma linguagem cujos códigos - o próprio Lévy alerta - apenas estamos começando a dominar. Mas, também esclarece (há 21 anos) a facilidade das novas gerações com relação a tais procedimentos. Hoje é impressionante constatarmos o desembaraço e agilidade das novas gerações com relação às NITCs, em particular a geração Z ⁸, considerada nativa digital. Em 2014, Lévy proferiu palestra em São Paulo sobre as inteligências coletivas e sobre o novo código da comunicação, o digital. Considera que existe um ciclo, e que a humanidade está apenas no estágio inicial desse novo paradigma criado pelo ciberespaço, possibilitando “um novo campo de pesquisa e compreensão que, na verdade, é o campo de pesquisas sobre a inteligência coletiva humana, sobre aquilo que é cooperação intelectual, sobre aquilo que é construir juntas ideias e selecioná-las para o melhor bem de todos” (LÉVY, 2014, pág. 20). Isto é o real processo democrático de comunicar-se, é a nova tônica - afinal as ideias não surgem sozinhas, mas do processo de relacionar-se com as ideias preexistentes.

Para Lévy (1994, p.181-182) a **cosmopédia** é a desmaterialização das barreiras entre os saberes, “um novo tipo de organização dos saberes, repousando em grande parte nas possibilidades para a representação e gestão dinâmica dos conhecimentos abertas recentemente pela informática”. Isto é, a principal particularidade da cosmopédia é provocar a aproximação com o “mundo vivido”. O autor discorre sobre uma série de significados para a compreensão de cosmopédia, e dentre eles destacamos a ideia de “desmaterializar as separações entre os saberes” e “dissolver as diferenças entre as especialidades”. Concepções inovadoras e complexas ainda hoje, e difíceis de serem de fato, totalmente materializadas, devido à lógica cartesiana ainda presente nas instituições produtoras de conhecimento (as institucionalizadas - universidades, museus, bibliotecas, arquivos; e as não institucionalizadas). Para elucidar, transcrevemos o autor: “membros de uma comunidade pensante pesquisam, conectam, consultam, exploram[...] Seu saber coletivo se materializa em

⁸ Conforme DILENSCHNEIDER (2012, p.154) no livro *Reprograme Museus*, o profissional de museus descreve algumas sugestões de como atrair as novas gerações, em especial a Y, os nascidos entre 1980 até 1992. Algumas questões interessantes são apontadas que mais adiante no interior do texto serão marcadas. Mas, convém ressaltar neste contexto três questões: 1^a) capitalizar a experiência da visita como uma **experiência única** do visitante; 2^a) “**Todos são curadores**” - conforme o autor, para este perfil geracional o que importa é individualizar e o poder de criação para compartilhar na rede virtual; 3^a) Disponibilizar coleções online e tornar os **recursos compartilháveis** - a informação para este perfil é valiosa quando pode ser dividida. Disponível em <http://www.reprograme.com.br/wp-content/uploads/2012/10/reprograme_vol_1.pt_.pdf>. Acesso em 3.08.2015.

uma imensa imagem eletrônica pluridimensional, quase viva em perpetua metamorfose, florescendo aos ritmos das invenções, das descobertas” (LÉVY, 1996, p. 183). Nessa perspectiva o conhecimento é posto enquanto uma cartografia, aberto em processos de (re) construções, não está fechado.

Portanto, pode-se considerar a cosmopédia uma proposta rizomática de construções de conhecimento. Transpondo toda essa teoria e lógica para o cotidiano da comunicação em museus, os desafios - compreendemos que se trata de uma proposta revolucionária - e as potencialidades são como segue: (1ª) A sociedade é majoritariamente cartesiana. Como transpor tal realidade? (2ª) Quem são os públicos dos museus? (3ª) A sociedade está preparada para trabalhar de forma transdisciplinar⁹ e rizomática? (4ª) O Ciberespaço e a cibercultura seriam espaços estratégicos para essa transformação cartesiana na relação entre museu e seu público? Além disso, há a questão dos orçamentos serem cada vez mais escassos dentro das políticas orçamentárias às quais os museus estão vinculados – eis outro desafio

Vale destacar, a etimologia do **virtual** deriva do latim *virtualis*, cuja raiz é *virtus*, que significa potência. Lévy (1996, p.15) corrobora com esta ideia, ao esclarecer que o “ virtual não se opõe ao real, mas sim o atual”. Isto é, o virtual e atual são formas diferentes de ser, da essência. Como exemplo o autor usa o verbo eu “tenho” para explicar o real, ou, a real possibilidade e para elucidar a dimensão do virtual o verbo “terás”. Ou seja são instâncias diferentes o virtual e o atual. O virtual é um grande complexo na contemporaneidade, ele é nômade, desterritorializado, atemporal e disponível on line no ciberespaço.

Neste sentido podemos afirmar que o ambiente virtual é lugar fecundo das enunciações e das potências coletivas. Outra importante referência, a partir do campo da Museologia, é oferecida por duas produções de Mestrado: as de Teresa Scheiner (1998) e Monique Magaldi (2010). Destacamos as contribuições da primeira autora, ao salientar que apesar do **museu tradicional usar novas tecnologias**, não é transformado, mas “atualiza suas linguagens”, isto é, permanece com uma mesma estrutura, regulada pelo tempo social (SCHEINER, 1998, p.108). As problematizações postas por Magaldi sobre museus virtuais, em que o virtual está em permanente transformação, o virtual como uma tipologia de museu, além do próprio conceito de museu sofrer processos de transformações, pois em cada período histórico os museus a partir das demandas sociais sofrem mudanças. Assim contribuindo para pensarmos a relevância do uso das novas tecnologias da informação e comunicação nos museus.

⁹ Na teoria a proposta transdisciplinar é encantadora, mas no mundo real é desafiadora. Pois, a universidade continua a formar a partir de áreas com fronteiras bem delimitadas.

Outro autor que contribui para essa discussão é Castells (1995), cujas concepções e principais conceitos são importantes: sociedade em redes e tempo intemporal. De acordo com Castells (1996, p. 405) a sociedade interativa é mediada pela internet, a “espinha dorsal” da comunicação global mediada pelo computador (CMC). Há 19 anos o autor pontuava que este era um fenômeno social recente demais para as pesquisas acadêmicas. Essa nova mídia descentralizada possibilitou o surgimento de novos tipos de comunidades, as virtuais, criadas por grupos *on-line* com interesses em comum. O autor declara de forma concisa que as comunidades virtuais “são comunidades, porém não são comunidades físicas, e não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação. Porém, não são irreais, funcionam em outro plano da realidade. São redes sociais interpessoais” (CASTELLS, 1996, p. 443). Desse modo, convém questionar - o que é rede (s)? Na publicação, de Sociedade em Redes (1996, p. 566) o autor a define enquanto “conjunto de nós interconectados”; e o nó “depende do tipo de redes concretas de que falamos” (CASTELLS, 1996, p. 566). Outro sentido indispensável ao conceito de rede é a capacidade de criação de laços frágeis com desconhecidos, numa forma igualitária de interação, possibilitando “fornecimento de informações e (...) abertura de novas oportunidades a baixo custo” (CASTELLS, 1996, p. 445). Pode se pensar que os modelos das comunidades virtuais oferecem comunicações *on line* “desinibidas” e autônomas?

Em outra publicação, Castells (2003) reitera a mesma definição, complementando que a formação de redes em si é uma prática milenar da civilização humana; a diferença na contemporaneidade são as “redes de informação energizadas pela internet” (CASTELLS, 2003, p. 7). Sendo assim, as redes constituem espaços de flexibilidade e adaptabilidade. Porém, há um processo de compactação e aceleração do tempo, podendo ocasionar uma ausência das relações entre as passagens do tempo (passado, presente e futuro) e a criação do universo eterno, do tempo intemporal (acíclico, aleatório), isto é, o conceito de temporalidade na sociedade em rede é transformado na “eliminação da sequência, cria tempo não diferenciado, o que equivale à eternidade” (CASTELLS, 1996, p. 556).

Diante do exposto, finalizamos este eixo reflexivo - é possível um museu com uma cartografia aberta à cosmopédia? Seriam as indagações nos processos da cosmopédia um convite à inovação e à criação? As redes sociais dos museus seriam um início dessa trajetória?

4. CASO BRASILEIRO: #Museum Week 2015 e #partiumuseudavida

E o Brasil? Quais as reverberações que as campanhas internacionais de popularização dos museus e o respectivo uso das NTICs nos causaram? Diante da necessidade de limitação

do objeto, nos deteremos no caso do Museu da Vida.

A semana dos museus, conhecida nos museus como Museum Week, isto é, a Semana dos Museus é uma campanha publicitária lançada pelo Ministério da Cultura e da Comunicação francês em 2014. Conforme o seu site, com tradução inclusive em português foi criada objetivando “celebração dos museus e unir um público ainda mais amplo” de forma lúdica a partir do *twitter*. De acordo com os organizadores, a primeira versão da campanha “seduziu 630 museus” no continente europeu. E o foco era, na segunda versão, em 2015, ampliar o projeto para todos os continentes, em uma perspectiva global. Neste ano os critérios da Semana eram, dentre outros: 1) Em 7 dias (23 a 29 de março), 7 temas, compartilhados por todos os participantes em todo o mundo; 2) Os temas que seriam expostos poderiam ser aplicados às particularidades dos museus; 3) Durante os dias da semana os temas provocariam o diálogo *on line*, e no final de semana a participação física dos visitantes nos museus e a respectiva postagem no *twitter*. Os temas da *Museum Week* em 2015 foram apresentados com o seguinte formato: 1º dia) *#secretsMW* - o foco era o público descobrir o cotidiano do museu e os seus segredos; 2º dia) *#souvenirsMW* - o objetivo era convidar o público a partilhar as memórias das visitas através de objetos, como canecas, postais e fotos representantes dos encontros marcantes; 3º dia) *#architectureMW* - incentivar o público a contar a história do edifício, dos seus jardins, do bairro; 5º dia) *#inspirationMW* - estimular o público a encontrar em seu redor conteúdos relacionados com a especialidade da sua instituição. Ainda direcionavam ao uso do smartphones como ferramenta criativa. 6º dia) *#familyMW* - apresentar ao público todas as ofertas disponíveis para que uma visita familiar/escolar seja satisfatória. *In situ*, na visita física, visitas guiadas, guias de áudio, espaços personalizados; e *on line*, na visita virtual, oferecer acesso ao material pedagógico, jogos. E por fim, no 7º dia) *#fav MW*, o termo usado foi “lugar aos impulsos dentro do museu! Incentive os visitantes a partilhar o seu conteúdo favorito através de uma foto, um vídeo. Aproveite a oportunidade para valorizar o melhor da sua instituição e utilize o Twitter como forma de apoiar a visita!” (MUSEUMWEEK,2015)¹⁰.

Conforme publicação no blog da museóloga Claudia Porto, intitulado “O fenômeno *#Museum Week* e a bela participação brasileira¹¹” é listada a participação de 61 instituições brasileiras, em grande parte museus, mas algumas outras instituições de cultura também participaram. O Museu da Vida também é apontado. Foram poucas as publicações na rede

¹⁰ Informação disponível em <http://museumweek2015.org/src/docs/museumweek_portugues.pdf>. Acesso em 3. Mar. 2016.

¹¹ Informação disponível em <<https://claudiaporto.wordpress.com/2015/04/13/o-phenomeno-museumweek-2015-e-a-bela-participacao-brasileira/>>. Acesso em 5. Jan. 2016.

sobre a repercussão da Semana no país. O museu usou o seu próprio site para disseminar a participação na Semana, além de ser divulgada no site da Casa de Oswaldo Cruz - COC, unidade da FIOCRUZ que pesquisa a memória e a história institucional. Outras ferramentas que o Museu já possuía antes da Semana foram usadas para fomentar a participação do público, como a conta do seu *facebook* e o próprio *twitter*. O museu usou os mesmos critérios apontados pela organização da *Museum Week*, e o público de forma parcial participou, uma vez que não ainda existiam instrumentos para mensurar a participação efetiva deste evento. Vale salientar, conforme os dados expostos por Porto, que a versão 2015 alcançou 2.825 museus e instituições culturais, abarcando 77 países, dentre eles o Brasil - oferecendo atividades e trocando experiências. Na listagem da organização, o Museu da Vida aparece classificado enquanto @museudavida e na categoria de “ciências e natureza, tecnologia e indústria”.

O Museu da Vida iniciou o processo de usar as redes virtuais em **2013** (*facebook*, *twitter* e *instagram*). Outra ação que o Museu efetuou foi o ato de celebração da sua existência: lançou o ônibus objetivando trazer as escolas públicas do entorno para visitar o museu, e realizou campanha nas redes sociais, intitulada #partiumuseudavida. Destaca-se que o próprio ônibus na sua parte externa faz menção à campanha, incentivando o público a postar as experiências no processo relacional da visita. Na palestra do seu Diretor, Diego Bevilacqua, realizada no evento intitulado Museus e seus Públicos, recentemente organizado pelo MAR e pelo Conselho Britânico, na cidade do Rio de Janeiro, este dissertou sobre a importância dos usos das novas tecnologias no museu, além de apresentar as experiências supracitadas anteriormente, como #weekmuseum e #partiumuseudavida. Bevilacqua pondera que há desafios e potencialidades, como buscar subsídios orçamentários para tornar a *wifi* disponível em todo o museu e lograr a criação de aplicativos relativos às ações desenvolvidas, uma vez que o museu está espalhado pelos *campi* da FIOCRUZ em Manguinhos.

Além disso, durante a etapa de pesquisa de campo¹² - tanto na cerimônia de inauguração do Programa Amigos do Museu da Vida, quanto na fonte documental - foi divulgada a primeira etapa do programa. Sendo este um produto da parceria entre o Museu da Vida (Ministério da Saúde, com gestão executiva da Sociedade de Promoção da Casa de Oswaldo Cruz) e o Ministério da Cultura, o projeto contou com patrocínio maior da IBM

¹² Referimo-nos à pesquisa da Tese, iniciada oficialmente no primeiro semestre de 2015.

Brasil e copatrocínio da Nortec Química e da Scott, através da Lei Rouanet¹³. O programa possui enquanto objetivo principal garantir o acesso ao museu das comunidades periféricas ao mesmo, bem como contribuir para a inclusão cultural e social desses indivíduos. Dentre os seus desdobramentos, foi criada uma “rede de escolas parceiras, principalmente aquelas do entorno da FIOCRUZ, mais vulneráveis socialmente” (Jornal do Brasil, 2015). Posteriormente a esse processo de inauguração do programa, foi criada dentro do Museu da Vida a Seção “Ações territorializadas”, e em seu site o link, logo depois do agendamento, “Expresso da Ciência”. Conforme as informações coletadas do próprio site e observações de campo, o ônibus é restrito às escolas públicas de Mangueiras ou à “Rede Cultural Território em Transe”; oportuniza-se também o acesso a partir da participação nos Encontros de Professores. Vale ressaltar que a prioridade é para a área geográfica já descrita, mas também é possível ampliar o acesso do ônibus para outros segmentos sociais que estejam em território vulnerabilizado - como ONGs, associações de moradores e movimentos sociais. A proposta do uso da rede social no Museu está na parte externa do ônibus, em que há alguns balões convidando o público a postar um autorretrato (popularmente conhecida com uma *selfie*) no Museu e depois compartilhar na rede social do *twitter*. Convém salientar que o Museu possui dois núcleos de pesquisa: Público e Avaliação, sendo esse fenômeno das redes sociais no museu um interessante tema a ser aprofundado, com a possibilidade de ser sociabilizado o resultado das pesquisas.

5. PROBLEMATIZANDO VISITAS VIRTUAIS/REAIS/VIRTUAIS QUE SE RETROALIMENTAM NO MUSEU COM O USO DAS NTICs

As redes virtuais e o seu uso nos museus tradicionais implementados em materialidade são fenômenos recentes e devem ser problematizados à luz do campo teórico da Museologia. Pode-se pensar o uso das NTICs pelos museus enquanto estratégia social e política diante da crise social e econômica global, como instrumentos capazes de reverberar o seu discurso de modo mais amplo? A estratégia social pode ser usada como marketing criativo, incentivando a popularização das visitas aos museus. E a estratégia política pode ajudar a conscientizar os usuários sobre a relevância dos museus na sociedade, movimento importante quando os governos entram em crise econômica e devem repensar os habituais cortes orçamentários - sobretudo no ministério da Cultura.

¹³ Informações coletadas presencialmente na pesquisa de campo e fonte documental jornal on line Jornal do Brasil. Disponível em < <http://www.jb.com.br/ciencia-e-tecnologia/noticias/2015/06/11/programa-amigos-do-museu-da-vida-lanca-onibus-exclusivo-para-escolas/>>. Acesso em 15.jul.2015.

Nestor Canclini (2011, p.11) em *Culturas Híbridas e Poderes Oblíquos*, esclarece que os usos das novas tecnologias promovem a criatividade e a inovação, mas, também a reprodução das estruturas - que geralmente são excludentes, como por exemplo, as estruturas do poder econômico. O grande desafio contemporâneo é sobrepor as estruturas e fomentar o acesso aos museus de todos os perfis de público, considerando as suas particularidades, isto é, segmentando o discurso comunicacional para que cada perfil de público se reconheça, perceba o elo de pertencimento. Não se trata de um convite ao fim das institucionalizações dos museus, mas um processo de torná-los permeáveis a distintos grupos geracionais, econômicos e sociais que desejam interagir de alguma forma com essas instituições.

Como abordar todo esse universo se o acesso do público ainda é restrito em sua plenitude, na realidade dos museus cariocas? Esta é uma questão que se apresenta de modo muito nítido para um determinado perfil de público, que sequer tem o direito à mobilidade enquanto cidadão, ainda que tal direito esteja garantido em nossa Constituição nacional - já que o simples ato de sair da sua residência o deixa vulnerável a um alto risco de violência (bala perdida, ou ser assaltado); ou para o cidadão que simplesmente estará desconectado dessas mídias, pois em seu bairro ou comunidade não há sinal com qualidade para acessar a rede virtual. Como lidar com essa realidade? São problemas reais, presentes e para os quais as universidades, as instituições dos bens culturais, como museus, arquivos e bibliotecas, enquanto aparelhos de cultura, necessitam apontar algumas estratégias.

Neste sentido, Canclini (2005, p.16) embasa a realidade ao defender o argumento do exercício contínuo de “reconhecemos as diferenças” e as desigualdades, para transformá-las, ao conectar as maiorias nas redes globalizadas. De fato, houve uma ampliação do acesso à internet, baseada na melhora econômica que o Brasil atravessava. Porém, ainda hoje as conexões virtuais são limitadas pelo poder aquisitivo, bem como o acesso com qualidade. Além disso, a maioria dos museus no estado do Rio de Janeiro ainda não possui *wifi* aberta aos seus visitantes. Alguns museus buscam captação de recursos via projetos de incentivo, vinculados à Lei Rouanet. O antigo Ministério da Comunicação, atual Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicação defende a política de inclusão digital, com programas como o Banda Larga para Todos (PNBL) – objetivando, até 2017, o acesso efetivamente universalizado na maior parte dos domicílios (urbano e rural) do território brasileiro.

Vale destacar que a base para a construção dessa política de Estado teve o seu germe lançado a partir das discussões da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI) em 2005. E anteriormente aos fóruns internacionais referentes à Sociedade da Informação, o Brasil já construía as suas bases, a partir da criação, em 1995, do Comitê Gestor de Internet

no Brasil (CGI.BR), aliança entre os antigos Ministérios da Comunicação e da Ciência e Tecnologia e Inovação, atualmente com a mudança de política governamental, na esfera federal, foram fundidos e apresentando a nomenclatura de Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicação efetivada a partir da Portaria Interministerial nº 147. Dentro desse contexto, quinze anos depois, após discussões internas entre os Ministérios e especialistas do setor, foi aprovado e publicado no Diário oficial da União, em maio de 2010, o Decreto nº 7.175, instituindo o Programa Nacional Banda Larga para Todos.

Carvalho (2012) ao discorrer sobre comunicação e informação de museus na internet, abordou o entrelaçamento do que Peter Burke (2012) já havia enunciado sobre a digitalização dos acervos nas bibliotecas e museus. Ao levantar matérias publicadas sobre a digitalização dos acervos nos museus brasileiros, dentre outras informações, verificou que a mais recente, intitulada “Resgate do conhecimento”¹⁴, publicada em 2015 pela Revista FAPESP, analisa as mudanças provocadas pela digitalização dos acervos brasileiros, principalmente os museológicos. O autor aponta que além da facilidade de acesso à fonte primária por estar *on line*, a forma de pesquisar também se alterou. Além disso, permitiu o acesso aos vários perfis de visitantes. As todas essas ações no campo da digitalização sintonizam uma tendência internacional (Europa e Estados Unidos) de controle e gestão do patrimônio.

Convém destacar, como apontado por Scheiner (2007, p. 43), que a propensão em acumular informações e o seu “tratamento como fundos documentais” possibilita realizar uma associação entre o “perfil colecionista dos museus tradicionais” e as novas tecnologias – sendo, assim, os acervos o elemento formador de “produtos e serviços”. Isto é, a constituição de uma reserva técnica “digitalizada”¹⁵ e virtual. O que se alterou? Suportes de armazenamento trocaram do real para o virtual, sendo que o virtual já é uma duplicação do real. Então nos é posto um interessante desafio no alvorecer do século XXI: popularizar a informação a partir dos novos códigos culturais, nesse caso a cibercultura.

6. MUSEUS, MEMÓRIAS E PÚBLICO

As experiências de comunicação nos museus supracitadas nos colocam uma questão: na contemporaneidade o uso das novas tecnologias na relação entre museus e públicos seria uma maneira de (comunicação e) representação da memória de longo prazo? A associação

¹⁴ Disponível em <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2015/05/15/resgate-de-conhecimento/>>. Acesso 22 jul. 2015.

¹⁵ A reserva técnica do Museu da Vida em seu projeto original havia a proposta de uma reserva técnica aberta em meados da década de 90. Atualmente buscam captação e somam esforços para digitalização do seu acervo. Ações tímidas neste sentido são fomentadas com a seção dentro do site do Museu da Vida, intitulada “Seção em Foco” em que um objeto da reserva técnica é exposto virtualmente.

estabelecida entre o visitante que postou o seu autorretrato, durante ou depois a visita ao Museu da Vida no #partiumuseudavida, poderia constituir um ato de pertencimento à comunidade virtual do museu?

A lembrança gerada por esse *experenciar* a visita buscou estratégias de codificação e representação a partir de uma imagem registrada no ciberespaço. Lévy nos esclarece que o processo de retenção da memória é estimulado quando está intrinsecamente relacionado a situações familiares, isto é “quanto mais estivermos pessoalmente envolvidos com uma informação, mais fácil será lembrá-la” (Lévy, 1993, p. 48). Retornando as experiências dos museus brasileiros, observemos que a chamada das campanhas se inscreve em formas verbais de ação do sujeito. Além disso, a memória produzida por essas experiências entre museu e seus públicos torna-se um elo da relação.

Sendo a memória um elo entre museus e seus visitantes, neste contexto convém evocar as declarações de Huyssen:

[...] Não há dúvida que em longo prazo todas as memórias serão modeladas em grande medida pelas tecnologias digitais e pelos seus efeitos, mas elas não serão redutíveis a eles. Insistir numa separação radical entre memória real e virtual choca-me tanto quanto um quixotismo, quando menos porque coisa recordada – pela memória vivida ou imaginada – é virtual por sua própria natureza. (HUYSSSEN, 2000, p. 37).

Os processos mnemônicos são marcados pelos atos de lembrar e esquecer, por ser a memória essencialmente humana. O autor enfatiza que não há binarismo entre o real e o virtual, uma vez que o processo de recordar é, em si, um ato de reprodução de algo que já foi experienciado, a partir também dos processos subjetivos do sujeito social - neste caso, os visitantes dos museus. Quando declara que **a memória será modelada pelas tecnologias digitais e seus efeitos**, o ato de modelar é moldar, imprimir marcas, isto é - o uso das novas tecnologias é um processo em vias de ampliação e o seu uso crítico deve ser fomentado nos fóruns de discussão, além de exigir compreensão dos processos de alienação que o seu uso indiscriminado pode vir causar. O uso das novas tecnologias nos museus é relevante, porém é preciso definir com precisão como se dará este uso, e quais os objetivos a serem alcançados dentro da política do plano museológico. Huyssen escreve sobre a questão da amnésia da memória em nossa sociedade atual, e a necessidade das suas representações nos museus ou centros de culturas, além de salientar que as memórias vividas no tempo presente são mais difíceis de esquecer do que as “memórias imaginadas”, aquelas que são comercializadas em massa.

O medo do esquecimento e as respectivas ações simbólicas provocadas pelo silenciamento produzem em nossa cultura de massa uma “estratégia de sobrevivência de rememoração pública e privada” (HUYSSSEN, 2000, p. 20). O autor continua indagando – e apesar de datado de mais de uma década em sua publicação, o conceito é extremamente pertinente – vinculando-se à tendência contemporânea dos museus brasileiros de **criar mecanismos de comunicação e memória com os seus respectivos públicos**, pelo uso das já citadas ferramentas das redes sociais. Colaboram também para estes resultados as campanhas internacionais dos museus de acessar as redes no ato de visitação.

7. EVOCAR AS MEMÓRIAS DO PÚBLICO NOS MUSEUS

Dentro da perspectiva das memórias do visitante, duas autoras, Emmanuelle Vareille e Cécile Fromont-Colin escreveram narrando a experiência francesa sobre a noção de memória, que está relacionada à instituição museu, não somente por que o museu é um lugar da memória ‘conservada, organizada e reconstituída’ (2000, p. 1999), mas um espaço de criação das memórias coletivas dos seus visitantes. A partir de pesquisas de recepção de público, elaboram as categorias da “**memória em três tempos**”:(1) memória virtual, capital disponível antes da visita, ligada aos conhecimentos, representações, saberes e fazeres; (2) memória viva, constituída e ativada durante o percurso da visita, podendo ser condicional e seletiva, dependendo de como é conduzida durante o processo de visitação do público; (3) memória residual, a contribuição da visita no que se refere a todas as lembranças que o público guarda ao término da visitação, constituída por traços mnemônicos associados, reestruturados em um todo coerente que faça sentido para o sujeito. No entanto, as autoras alertam que a noção de memória sobrepõe as realidades distintas, mas que deve ser considerada enquanto um resultado “de uma reconstrução do real” a partir das ações dos sujeitos com o seu meio/realidade (VAREILLE;FROMONT-COLIN, 2000, p. 215). E assim, convidam à reflexão: como solicitar a memória, e por quais meios? Considerada “como estado de espírito mais elaborado da memória [...] a evocação é uma recriação que funciona de uma forma holista” (VAREILLE;FROMONT-COLIN, 2000, p. 2002).

Mas, convém questionar, o que significa evocar? Na definição do Dicionário de Língua Francesa (2004, p. 213) evocar atende a dois significados: 1. Tornar presente a memória, ao espírito; 2. Lembrar de considerar. No Dicionário Online Priberam, evocar deriva do latim *evoco*, (chamar a si), apresentando as seguintes definições: 1. Chamar para aparecer [no sentido de trazer à presença, presentificar]; 2. Reproduzir uma ideia; 3. Trazer à

lembrança. Diante da polissemia de significados convém ressaltar que evocar é um processo subjetivo, dependendo de uma série de variantes da parte do visitante e dos recursos expostos no museu (discurso museográfico, discurso de mediação/educativo). Sendo a evocação subjetiva, abre possibilidades de autonomia; e neste sentido, concordamos com as autoras ao afirmarem que “Evocação é uma livre interpretação [...] Ela não pode ser entendida, por vezes, partilhada, às vezes confrontada. A evocação é um reflexo de uma negociação entre o estímulo oferecido pela exposição e a interpretação estabelecida pelo sujeito” (VAREILLE;FROMONT-COLIN, 2000, p. 2002, tradução nossa). Portanto, ao estimularmos e convidarmos a evocação das memórias construídas durante ou após a visita no museu a partir do uso das NTICs, ele deve estar consciente que sendo a evocação “uma interpretação livre, que pode ser entendida, compartilhada”, mas também “confrontada”. Como lidar com essas memórias registradas nos museus em suas redes sociais?

Diante do exposto, convém acrescentar outras questões: (1) **Perspectiva museológica** - Por que os museus estão se apropriando do uso das novas tecnologias da informação? Seria uma maneira de aproximar-se de seu público, em particular das novas gerações (gerações Y e Z)? Qual é o papel do Museu¹⁶ na sociedade da informação e do conhecimento? Como a Museologia lida com essas questões apontadas? (2) **Perspectiva filosófica** - seria uma maneira de registrar as memórias vividas durante o ato de visitação real no museu, ou uma estratégia para esvaziá-las de sentido? As memórias das visitas seriam virtuais, vivas, híbridas, cíbridas (ciber-híbridas)? (3) **Perspectivas políticas** - Os museus e seus públicos estariam aptos a apropriar-se das NTICs de forma parcial, ou integral? O acesso à rede é democratizado no Brasil, é livre para todos?

É por força dessas mídias que os museus se tornam, efetivamente veículos de massa. Aliados à estética contemporânea do grafismo e dos multimeios, museus tradicionais tornam-se espaços multifacetados, onde o objeto se vê relativizado pela pluralidade de formas, sons, cores e imagens que tornam cada exposição um acontecimento [...] a ponto de engendrar “implacável museomania” que transforma museus em centros de consumo cultural e as exposições em espetáculo (SCHEINER, 1998, p.107).

¹⁶ Moacyr Gadotti (2000, p. 8) realiza esse questionamento quando indaga qual é o papel da escola nesse contexto da sociedade da informação, e ainda alerta, que essa instituição formal de educação não pode ficar a reboque das inovações tecnológicas. Podemos pensar que o Museu, também poderia se propor a esse questionamento? Qual é o papel dos profissionais de museus, em particular os museólogos, quais são as contribuições para essa mudança de paradigmas? O que estamos pensando, pesquisando, inovando em nossos museus a partir da realidade do uso das NTIC'S?

Neste sentido, se pode declarar que há algum ponto de convergência entre a “museomania”, museus enquanto “centros de consumo cultural” a partir do uso das NTIC’s (como as ferramentas virtuais das redes sociais, as contas do Youtube, Twitter e Facebook) nos museus?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, é pertinente ressaltar que algumas indagações propostas foram respondidas, ou ainda serão; mas que outras não o serão, nos anos restantes da pesquisa. Em vista do que foi mencionado nas três perspectivas, a intenção não é esgotar em si a reflexão, mas provocar novas inquietudes e estudos. Cabe esclarecer que essa temática é uma questão secundária desenvolvida na pesquisa, que tem como objeto principal investigar as relações do Museu da Vida com o seu território, em particular os espaços de vulnerabilidade social e portadores das memórias (Ecomuseu de Manguinhos), observadas entre 2015.1 e 2016.1.

Ao examinarmos o questionamento proposto na perspectiva museológica e as ideias apontadas nas publicações *Reprograme Museu* (2012), *Alice no reino do iPad* (2011)¹⁷, *O foco da criançada* (2014)¹⁸ e *A geração de Alice* (2015), podemos afirmar que as matérias relatam que, apesar do avanço das NTIC’s, é necessária a intervenção humana entre as novas gerações, e que apesar de múltiplos estímulos e acessos instantâneos e variados à informação, ainda não há um consenso entre os especialistas das áreas de neurociência e educação, entre outros, sobre se essas formas diferenciadas de lidar com a informação produzirão novas construções de conhecimento de forma criativa e articulada entre as áreas, ou se limitarão a produções efêmeras e superficiais. Concordamos com Castells (2013)¹⁹ quando, em entrevista, declara que as novas gerações estão inseridas na cultura digital, pontuando que a forma de ver a vida desse segmento é diferenciada: são indivíduos portadores da capacidade de obter muitas informações simultaneamente e recombiná-las. O autor alerta que a recombinação é a base para a criatividade, e que a criação é o mais importante para a sociedade.

Já na perspectiva filosófica, o uso das NTIC’s seria uma das estratégias para registrar as experiências construídas durante a visita física ao museu, sendo a memória desta visita registrada no universo da cibercultura. Na perspectiva política, baseada na própria experiência

¹⁷ Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/blog-do-moreno/post/alice-no-reino-do-ipad-413324.html>>. Acesso em 3. Ago.2016.

¹⁸ Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniao/o-foco-da-criancada-11748974>>. Acesso em 1. Jul.2016.

¹⁹ Entrevista disponível em *Fronteiras do Pensamento*, tema: “Escola e internet: o mundo da aprendizagem dos jovens”. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=J4UUM2E_yFo>. Acesso em 8. Out.2015

do que foi a *#MuseumWeek* no Brasil, no mesmo ano de sua realização (2015)²⁰ provocou uma série de questionamentos tanto para o campo da Museologia como para os profissionais de museus, uma vez que a tendência deste programa político do governo francês é estimular a visita aos museus físicos a partir do uso das NTICs. E diante do cenário econômico que o Brasil atravessa, de cortes orçamentários, convém questionar se os políticos (que deliberam a redução de verbas nos museus públicos) compreendem a cultura enquanto fator de desenvolvimento econômico e político para o país. Além disso, os museus poderiam buscar estratégias de reflexão²¹, funcionamento e inovação (uso das NTIC's e acesso livre à internet no território do museu, como já ocorre nas bibliotecas-parque do estado do Rio de Janeiro) via captação de recursos através da Lei de incentivo à cultura. No entanto a partir do cenário atual e na conjuntura de crise econômica e política que vive o Brasil em 2016, convém repensarmos as estratégias de permanência e adaptações do uso das NTICS nos museus, principalmente diante do cenário de desmonte da política nacional de museus, na área da cultura.

Em suma, devemos considerar que o campo teórico da Museologia, independente das suas correntes, poderia melhor aprofundar as questões aqui apontadas, no sentido de ajudar a compreender que estamos inseridos em outro momento histórico, e que dominar os códigos contemporâneos implica em decifrar a cultura digital e virtual, adotar a cibercultura e comunicar-se com os imigrantes e/ou nativos digitais, para todo um processo de (re)significações de relações entre museu e sociedade que apenas se inicia. Nesse sentido a interface entre a teoria museológica e a prática nos museus (intra e extra muros) é um caminho necessário e uma alternativa importante.

²⁰ Em 2016 ocorreu a semana Week mas com uma divulgação reduzida no Brasil, dentro outros motivos as influências das mudanças políticas.

²¹ Seminário Educação, Saúde e Sociedade para o Futuro sobre cibercultura e o uso das novas tecnologias da informação e comunicação realizada no final do primeiro semestre de 2015, pela Casa de Oswaldo Cruz, no Museu da Vida, em que referências nacional e internacional discutiram o impacto do uso das NTIC'S na educação e saúde, como Pierre Lévy²¹ e José Moran. Disponível em <://seminarioeducacao.fiocruz.br/event >. Acesso em 3. Fev.2016.

REFERENCIAS

CANCLINI, Nestor. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

_____. **Culturas Híbridas e poderes oblíquos**. São Paulo: EDUSP, 1994.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **A sociedade em redes**. Disponível em <<http://biblio.ual.pt/Downloads/REDE.pdf>>. Acesso em: 5. Mar. 2014.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: ed.34, 1992

_____; Guattari, Félix. **Mil platôs. capitalismo e esquizofrenia**. Vol.2. São Paulo: ed.34, 1995.

GABRIEL, Martha. **O fim da vida offline**. Disponível em: <<http://www.martha.com.br/cibridismo-o-fim-da-vida-off-line/>>. Acesso em: 3. Jul. 2015.

GADOTTI, Moacir. **Perspectivas atuais da educação**. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392000000200002&script=sci_arttext>.

Acesso em 20.nov.2015.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória**. Rio de Janeiro: aeroplano, 2000.

LEVY, Pierre. **A Emergência do Cyberspace e as Mutações Culturais**. São Paulo: 1994. Palestra. Disponível em: <www.sescsp.org.br/sesc/images/upload/conferencias/35.rtf>

Acesso em fev. 2012.

_____. **O que é virtual?** São Paulo: ed.34, 1994.

_____. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 1994.

MAGALDI, Monique. **Navegando no Museu Virtual: um olhar sobre formas criativas do fenômeno museu**. 2010. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós Graduação em Museologia e Patrimônio. UNIRIO/ MAST, Rio de Janeiro. Disponível em <http://ppg-pmus.mast.br/dissertacoes/monique_magaldi.pdf>. Acesso em: 5. Set. 2012.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia editora nacional, 1984.

SCHEINER, Teresa. **Apolo e Dioniso no templo das Musas**. Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

VAIRELLE, Emanuelle; FROMONT- COLIN, CECILE. Les mémoires de la visite. In: **La muséologie des sciences et ses publics**. EIDELMAN, Jacqueline; Van Praet, Michel. França, Universitaire de France, 2000.