

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO EM INFORMAÇÃO**

ALEXANDRE BASTOS DEMÉTRIO

DISSEMINAÇÃO DA ARTE PELA IMAGEM:

sítios de museus de arte no Brasil

Porto Alegre
2011

ALEXANDRE BASTOS DEMÉTRIO

DISSEMINAÇÃO DA ARTE PELA IMAGEM:

sítios de museus de arte no Brasil

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Informação.

Orientadora: Profa. Dra. Helen Beatriz Frola Rozados

Porto Alegre
2011

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D377d Demétrio, Alexandre Bastos

Disseminação da arte pela imagem: sítios de museus de arte no Brasil. / Alexandre Bastos Demétrio ; orientadora Helen Beatriz Frota Rozados. – 2011.

118 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre, 2011.

1. Webmuseus. 2. Patrimônio. 3. Arte. 4. Comunicação. I. Rozados, Helen Beatriz Frota. II. Título.

CDU 069.7:004.7

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO EM INFORMAÇÃO

A banca examinadora, abaixo assinada, aprova a dissertação intitulada
Disseminação da arte pela imagem: sítios de museus de arte no Brasil, elaborada
como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação e
Informação.

Profa. Dra Helen Beatriz Frota Rozados (Orientadora)
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Profa. Dra. Maria Amélia Bulhões
Instituto de Artes da UFRGS

Profa Dra. Lizete Dias de Oliveira
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Profa. Dra. Ana Maria Dalla Zen
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Profa Dra. Anna Moura (Suplente)
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Profa. Dra Helen Beatriz Frota Rozados pela valiosa oportunidade, contribuição e orientação.

Agradeço aos membros que compõem a Banca Examinadora, por aceitar avaliar a dissertação.

Agradeço, por fim, a todas as pessoas que compartilharam comigo este momento tão marcante da minha carreira.

RESUMO

Contextualiza a influência das Tecnologias da Informação e Comunicação na sociedade, especialmente no universo do patrimônio digital, materializado nos sítios de instituições museológicas de artes visuais brasileiras. Tem por principal objetivo averiguar que conteúdos informacionais são apresentados nos sítios de museus brasileiros, enfocando: a) a validação de seu patrimônio de imagens digitais, na forma de seu catálogo virtual; b) o acesso e a disseminação da informação, através do uso de ferramentas interativas. O referencial teórico contempla os temas da tecnologia, comunicação, virtualidade, as redes e a imagem como meio de disseminação da informação em arte. A metodologia é de cunho qualitativo, situando-se a pesquisa como exploratória. Utiliza duas ferramentas de coleta de dados especialmente desenhada para a investigação. São elas: um questionário institucional, constatando o posicionamento das instituições sobre o tema proposto sobre seus patrimônios digitais e seus catálogos virtuais; um formulário para o levantamento de informações disponibilizadas em sítios de artes visuais, criado a partir do referencial teórico e de características específicas identificadas em sítios de museus virtuais, anteriormente visitados, aplicado aos sujeitos selecionados para o estudo. O escopo do trabalho consiste no grupo de instituições de arte brasileiras que possuem sítios na Rede com catálogos virtuais de suas coleções de imagens, totalizando dez museus. Os resultados demonstram que: há preocupações com o patrimônio digital, mas este ainda não é tratado como um repertório significativo em termos de cuidados com a produção, armazenagem e disseminação para a sociedade; a comunicação e a interação com os públicos sobre os acervos digitais ainda é pouco relevante, constatado pela pequena participação das instituições nas redes sociais; nenhum controle de acesso aos setores dos catálogos virtuais; pouca apropriação tecnológica das ferramentas da web 2.0, tais como redes sociais e recursos interativos nos setores educativos dos sítios. Recomenda que: mais estudos sejam produzidos para verificar o porquê da pouca utilização desses recursos: seja dada atenção para a importância do investimento na qualidade de conteúdos para a disseminação da informação sobre as coleções brasileiras; seja observado o reconhecimento de parâmetros de padronização na geração, armazenagem e disseminação dos patrimônios digitais dos sítios de museus brasileiros.

Palavras-chave: Webmuseus; Patrimônio; Arte; Comunicação; Museologia; .

ABSTRACT

Contextualizes the influence of Information and Communication in society, particularly in the universe of digital heritage, reflected in the sites of museum institutions of Brazilian visual arts. Its main goal to verify that information contents are displayed on websites of Brazilian museums, focusing on: a) the validation of digital images of their assets in the form of your virtual catalog b) access and dissemination of information through the use of tools The theoretical framework includes interactive themes of technology, communication, virtual, networks and image as means of information dissemination in art. The methodology is qualitative, standing as exploratory research. It uses two data collection tools designed specifically for research. They are: an institutional questionnaire, noting the placement of the institutions on the theme about their digital assets and their virtual catalogs, a form for collecting information on available sites of visual art, created from the theoretical framework and specific features identified sites of virtual museums, visited previously applied to the subjects selected for the study. The scope of work is a group of Brazilian art institutions that have sites on the Net with virtual catalogs of their collections of images, totaling ten museums. The results show that: there are concerns about the digital heritage, but this is still not treated as a significant repertoire in terms of care with the production, storage and dissemination to society, communication and interaction with the public about the digital collections is still little relevance, as detected by the low participation of institutions in social networks, no access control to the sectors of virtual catalogs, limited technological appropriation of Web 2.0 tools such as social networking and interactive features in the areas of educational sites. Recommends that more studies should be produced to verify why the low utilization of these resources: attention is paid to the importance of investing in quality content for the dissemination of information on the Brazilian collections; recognition is observed in the standardization of parameters for generation , storage and dissemination of digital heritage sites of Brazilian museums.

Keywords: Webmuseums; Heritage, Art, Communication, Museology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Sítio do Museu de Arte da Universidade do Ceará – MAUC.....	65
Figura 2 - Sítio do Museu de Arte Moderna da Bahia – MAM/BA.....	67
Figura 3 - Sítio Museu de Arte de Goiânia – MAG.....	69
Figura 4 - Sítio do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo – MAC/USP	71
Figura 5 - Sítio do Instituto Inhotim.....	73
Figura 6 - Sítio do Museu de Arte Moderna Assis Chateaubriand- MASP	75
Figura 7 - Sítio do Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM/SP.....	77
Figura 8 - Sítio do Museu de Arte Moderna Ado Malagoli – MARGS.....	79
Figura 9 - Sítio do Museu de Arte de Santa Catarina – MASC	82
Figura 10 - Sítio do Museu de Arte Contemporânea do Paraná – MAC/PR.....	84

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Lista de Instituições Seleccionadas.....	59
QUADRO 2 – Etapas do Formulário dos Sítios.....	62
QUADRO 3 – Etapas dos Questionários de Dados sobre os Sítios.....	63
QUADRO 4 – Questionário Respondido pelas Instituições.....	96
QUADRO 5 – Questão Final do Questionário Respondido.....	96

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 JUSTIFICATIVA.....	12
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.2.1 Objetivo Geral.....	14
1.2.2 Objetivos Específicos.....	14
2 A VIRTUALIZAÇÃO DA SOCIEDADE E A WEB 2.0	15
2.1 O VIRTUAL.....	16
2.2 A WEB 2.0.....	19
2.3 AS FONTES DE INFORMAÇÃO NA WEB.....	23
3 A IMAGEM	26
3.1 A IMAGEM COMO RETRATO DO REAL.....	26
3.2 A IMAGEM E DIGITALIZAÇÃO.....	29
3.3 DISSEMINAÇÃO DA ARTE PELA IMAGEM.....	33
4 PATRIMÔNIO, DOCUMENTO E MEMÓRIA VIRTUAL	38
5 WEB MUSEUS E PATRIMÔNIO NA VIRTUALIDADE	45
6 WEB MUSEUS BRASILEIROS	51
7 METODOLOGIA	57
7.1 ABORDAGEM E TIPO DE PESQUISA.....	57
7.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	60
8 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE CRÍTICA DOS DADOS	64
8.1 FORMULÁRIO	64
8.1.1 Museu de Arte da Universidade do Ceará - MAUC	65
8.1.2 Museu de Arte Moderna da Bahia – MAM/BA	67
8.1.3 Museu de Arte de Goiânia – MAG	69
8.1.4 Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo – MAC/USP	71
8.1.5 Instituto Inhotim	73
8.1.6 Museu de Arte Moderna Assis Chateaubriand – MASP	75
8.1.7 Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM/SP	77
8.1.8 Museu de Arte Moderna Ado Malagoli - MARGS	79
8.1.9 Museu de Arte de Santa Catarina – MASC	82
8.1.10 Museu de Arte Contemporânea do Paraná – MAC/PR.....	84
8.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DO FORMULÁRIO	86
8.2.1 Caracterização Geral dos Conteúdos.....	86
8.2.2 Catálogo.....	91

8.2.3 Ferramentas Web 2.0	94
8.3 RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS.....	95
8.4 ANÁLISE CRÍTICA DO QUESTIONÁRIO INSTITUCIONAL.....	97
9 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	107
REFERÊNCIAS	111
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO INSTITUCIONAL	117
APÊNDICE 2 – FORMULÁRIO DE DADOS DO SÍTIO	119
APÊNDICE 3 – CARTA CONVITE INSTITUCIONAL	121

1 INTRODUÇÃO

O contexto sociocultural atual se apresenta fortemente permeado pelas relações tecnológicas em constantes interações, convergências para novas possibilidades de sociabilidades e vivências.

No campo da cultura, em especial das artes visuais, contempla-se um rico universo que se vislumbra pelas telas dos computadores. É a possibilidade de viajar pelo mundo da arte sem sair do lugar. De conhecer as mais valiosas obras da criação artística sem precisar se deslocar ou se restringir a horários. É praticamente uma viagem simultânea pelo tempo e espaço, usufruindo da rede, em todas suas potencialidades e dimensões, gerando uma experiência muito diferenciada de tempos passados e das conquistas do momento tecnológico atual. Uma viagem por espaços que trazem semelhança material e virtual. Talvez a tentativa de substituir a presença física, que não se iguala, mas é, antes de tudo, uma genial criação da mente humana, sendo mais uma possibilidade de levar conhecimento, entretenimento e, principalmente, cultura ao público que acessa essas páginas em qualquer parte do mundo.

Esse é o caso dos museus, catálogos virtuais ou bases de dados de acervos digitais, que representam mais uma porta, mais um caminho para a disseminação da arte e da informação sem fronteiras, dispersa nas teias da rede.

Os sítios de museus representam parte importante da produção artística, na forma de documento, de arquivo de imagem. Constituem-se como um patrimônio, gerado, inicialmente, pela necessidade de registrar e organizar a documentação museológica, mas, posteriormente, como uma maneira de aproximar o público da arte, de fazer conhecer as entranhas de acervos que não podem ser mostrados de maneira usual, tais como pelas curadorias das salas de exposição, que obedecem a um recorte de tempo e de espaço, delimitações que impõem uma verdadeira ditadura da imagem. Esses sítios ora são denominados catálogos virtuais, ora museus, ora museus digitais, dentre tantas outras denominações que são atribuídas a essas publicações na atualidade. Para o contexto deste trabalho não foi fechado um conceito, uma denominação específica. Respeitar-se-á a diversidade de nomenclaturas utilizadas pelas instituições.

Por outro lado, as bases de dados digitais na *web*, sobre conteúdos dos acervos artísticos são importantes recursos informacionais como, também, importantes patrimônios digitais que devem ser preservados.

Importante salientar que os recursos da *web* 2.0 potencializaram as interações tecnológicas entre os homens e, especialmente, permitiu a utilização das contribuições produzidas pela comunidade como recurso agregador, potencializador de vivências e trocas constantes. A tecnologia antes estática, agora busca se humanizar e se acercar da complexidade humana. A presença da arte nesses meios é um caminho para aproximar a máquina do homem.

A *web* facilitou de tal forma a conexão e a interação que hoje, de qualquer lugar, equipamentos de telecomunicação podem alimentar a Rede e construir memórias e registros. Surgem as chamadas mídias sociais, que passam a ser mais rápidas que os noticiários formais construídos nas últimas décadas. Cada vez mais a contribuição do cidadão comum, sem muito conhecimento da tecnologia é valorizada, lançada na Rede como mais um recurso, na forma em que se apresenta e, muitas vezes, sem manipulação alguma. É a ubiquidade.

Percebe-se que a tecnologia influi no comportamento do homem. Também se introduz nos processos de memória humana, como recurso de preservação de fontes de informação para a posteridade.

No âmbito das instituições culturais, as instituições museológicas, que antes compartilhavam seus conteúdos com quem fosse fisicamente visitá-las, agora podem usufruir da tecnologia que virtualizou-a, aproximando públicos e acervos, trocando informações na dinâmica que é própria deste momento.

O papel da imagem é bastante importante neste contexto. A digitalização dos acervos forma uma massa informacional que, assim como representação documental, significa estar no lugar da obra de arte. Também traz em si sua complexidade e seu valor, enquanto registro do conhecimento. Ao mesmo tempo em que a imagem documenta, registra o real para fins de permanência, possibilita o contato com o subjetivo, tornando-se, assim, a porta da experiência, da aproximação com a arte. Seduz, atrai, provoca o desejo do colecionismo, de se apropriar, de compartilhar e de disseminar.

A forma que a arte se digitaliza, se numera e se dissemina levanta a

preocupação com a permanência com as mídias, com as migrações, mas, antes de tudo, com o próprio reconhecimento de que, apesar da imagem quando produzida para fins documentais não ser uma obra, está no lugar dela, portanto é um patrimônio na forma digital.

1.1 JUSTIFICATIVA

O primeiro elemento a ser considerado de grande importância, que justifica um estudo desse tipo, é, sem dúvida, a necessidade de ampliar os estudos e as análises sobre a informação em arte, contribuindo na constituição de mais referenciais teóricos para compreensão dos fenômenos informacionais que ocorrem nessa área.

Partindo do escopo maior, que é a pesquisa sobre informação em arte, importa complementar conteúdos e análises sobre o fenômeno dos *web* museus, no contexto atual, e as formas de como se manifesta, como apresenta recursos informacionais e que tipo de fontes disponibiliza para o público que o frequenta virtualmente.

Ao constatar a presença de informações sobre arte, na forma da representação documental produzida através de imagens, busca-se analisar, especialmente, como esses acervos que estão representando as obras de arte, que permitem seu deslocamento pelas conexões virtuais do ciberespaço, são vistos pelas instituições no âmbito patrimonial.

É necessário compreender a possibilidade de esses recursos imagéticos construírem um manancial muito mais consistente em arte e mais importante do que se considerava anteriormente, ou seja, quando as instituições museológicas apresentavam apenas informações superficiais sobre horários e serviços, sem maiores preocupações em representar seus acervos no formato virtual.

Com a maior possibilidade de aproveitamento dos recursos tecnológicos hoje disponíveis, impulsionado pelo momento da então denominada *web* 2.0, as

instituições têm no espaço virtual um importante aliado na divulgação de seus acervos e eventos, na constituição de projetos educacionais, na aproximação com seus públicos, além da inclusão desses recursos nos planejamentos estratégicos dessas instituições; deslocando para muito além do seu espaço físico a disseminação de seus acervos e interagindo em trocas mais efetivas com o público-alvo.

O tema proposto tem origem e motivação por parte do pesquisador a partir do momento em que teve contato frequente com a informação em arte e conviveu com as preocupações referentes à organização da informação e à disseminação de conteúdos, sem perda de qualidade, ou sem manipulações diretas com os originais. Ao refletir sobre as necessidades de se compreender o fluxo da informação sobre artes visuais, desde sua origem material até sua forma virtual, levantaram-se vários questionamentos. O presente trabalho buscar-se-á responder, através da análise de seu objeto empírico que são os catálogos de instituições museológicas brasileiras na forma de *web* museus, *net* museus ou museus virtuais, especialmente na constituição de acervos de imagens como formas patrimoniais permanentes e em movimento na Rede.

Exposto o contexto em que o estudo se desenvolve, partindo das questões tecnológicas, da informatização de informações sobre obras de artes através de registros imagéticos, que constituem bases de dados importantes, como verdadeiras reservas técnicas de museus, ainda que na forma virtual, questiona-se:

Quais as principais características dos catálogos dos museus de artes visuais brasileiros, especialmente no que tange à validação de seu patrimônio digital imagético?

O presente trabalho buscar-se-á responder a questão de pesquisa proposta, através de estudos no referencial teórico, em fontes documentais e de análises que partiram de instrumentos de pesquisa desenvolvidos especialmente para esta investigação e aplicado a determinadas instituições selecionadas, a partir de um universo que apresente acervos representativos na Rede, acessíveis pelo público.

Tendo em vista que diferentes denominações dessas publicações levam a conceitos similares, este estudo utilizará os termos *web* museu, *net* museu, museu virtual e catálogo virtual como sendo sinônimos.

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos que conduziram o enfoque deste estudo serão discriminados a seguir.

1.2.1 Objetivo Geral

A proposta deste estudo é averiguar que conteúdos informacionais que são apresentados nos sítios de museus brasileiros, enfocando: a) a validação de seu patrimônio de imagens digitais, na forma de seu catálogo virtual; b) o acesso e a disseminação da informação, através do uso de ferramentas interativas.

1.2.2 Objetivos Específicos

São objetivos específicos para o atingimento do objetivo geral:

- a) identificar as características dos dados apresentados nos sítios dos *web* museus constituindo um perfil;
- b) analisar as informações apresentadas no catálogo virtual da instituição;
- c) identificar como as instituições selecionadas posicionam-se em relação à questão do patrimônio artístico virtual, representado por seus acervos na *web*;
- d) verificar se há preocupação das instituições em relação à salvaguarda desses acervos digitais, tendo como base a Carta de Preservação do Patrimônio Digital da Unesco – E-Heritage.

2 A VIRTUALIZAÇÃO DA SOCIEDADE E A WEB 2.0

A virtualização da sociedade amparada presentemente no contexto da *web* 2.0 é uma realidade incontestável. Nesse sentido, o presente estudo buscou respaldo intelectual em vários teóricos, e entre outros, entendeu que o teórico que abrange o contexto mais amplo em que se inserem os questionamentos do projeto é Pierre Lévy. O referido autor trata, em vários momentos, em suas obras, da questão dos repertórios de informação que estão sendo gerados. Levanta, também, diversos aspectos, tanto positivos como negativos que envolvem os processos de virtualização institucional e da sociedade como um todo. Lévy é visto como um otimista em suas colocações, por considerar que o processo de virtualização é positivo e alcança a todos, de forma construtiva. Teoria que, para alguns pensadores, ignora as dificuldades impostas pelo custo da tecnologia, pelas dificuldades sociais e econômicas e pelas próprias consequências sociais advindas da virtualização, como discutem Lucien Sfez, Paul Virilio, Jean Baudrillard¹.

Manuel Castells (1999), pelas ideias mostradas na sua obra *Sociedade em Rede*, complementa o que Lévy expõe, demonstrando o contexto da sociedade da informação que passa por grande implementação com a influência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Situa-se, dentro deste contexto social e econômico, o cenário atual.

Tanto Lévy quanto Castells trazem na essência de suas ideias o cenário prenunciado por Marshall McLuhan² que, nos anos 60, relatou a revolução das comunicações implicando diretamente na reestruturação do que seria então a ‘Sociedade da Informação’, especialmente pela percepção do poder que as mídias assumiam e interferiam no comportamento do homem. McLuhan, apesar de otimista, foi repensado no contexto atual por Castells quando apresenta todo mecanismo econômico que move a máquina da virtualização em suas análises sociológicas. São esses processos de virtualização da sociedade que ocorrem impulsionados pelo

¹ Lucien Sfez, sociólogo que estuda as questões da comunicação no contexto tecnológico, apresenta estudos críticos sobre a repetição e o isolamento na *web*. Paul Virilio, filósofo, considerado pessimista sobre as questões da Internet, critica especialmente sobre a perda da realidade e do esquecimento. Jean Baudrillard, filósofo e sociólogo, questiona as relações da realidade e da hiper-realidade e da comunicação com a simulação.

² Marshall McLuhan, sociólogo das ideias do ‘meio é mensagem’, incorpora nas suas análises a influência dos meios de comunicação nas sensações do homem.

poder do capital.

As repercussões da tecnologia na cultura atual geraram o que André Lemos (2002) denominou de tecnocultura, no qual a sociedade passa, então, a marchar rumo ao uso extremo da tecnologia, em todas as formas possíveis, notadamente constatada nas próprias relações sociais da cibercultura, através de suas mídias, usadas também pelas instituições museológicas para a interação com o seu público.

2.1 O VIRTUAL

Para refletir sobre as questões da virtualidade, dos mecanismos de desmaterialização, é essencial conceituar o que é virtual. Pierre Lévy (1996), em sua obra 'O que é virtual', indica vários pressupostos que cercam o conceito. Importa ressaltar, especialmente, que o virtual para o autor é uma potência, algo a se concretizar. Exemplifica comparando a semente com a árvore, pois a semente é uma árvore em potência, ou seja, a árvore está em potência na semente. O virtual estaria no campo da atualização, como algo que está em processo de realização. Ainda, assim, o virtual mesmo não sendo algo concreto, não deixa de ser real. É um estado de processo.

Em sua obra *Cibercultura*, Lévy (1999) discute as possibilidades de interação que podem ocorrer no universo virtual. Nesse contexto, pontua-se a ideia de que os campos da informação em arte, gerados e disseminados por instituições museológicas, representam um universo de novas formas de apropriação da informação e de disseminação, sem precedentes. O pesquisador destaca que essa interação alimenta o sistema tecnológico, criando-se uma via de mão dupla. Lévy afirma que:

Um mundo virtual, no sentido amplo, é um universo de possíveis, calculáveis a partir de um modelo digital. Ao interagir com o mundo virtual, os usuários o exploram e o atualizam simultaneamente. Quando as interações podem enriquecer ou modificar o modelo, o mundo virtual torna-se vetor de inteligência e criação coletivas. (LÉVY, 1999, p.75).

Refletindo sobre as possibilidades de interação como possibilidades de trocas de experiência e de inteligência, percebe-se que as potencialidades do uso da informação no campo virtual são muito amplas e positivas, sob o aspecto da disseminação e da apropriação de informações dispersas na Rede. Lévy (1999) coloca, ainda, que a infraestrutura física do novo universo informacional potencializa a capacidade de memória e de transmissão da informação, o que se percebe hoje com a redução e, inclusive, eliminação da mobilidade física, podendo-se efetuar variadas atividades em sistemas virtuais.

A mecanicidade do *software* se adapta à subjetividade e vice-versa, já que, cada vez mais, a sociedade é educada a lidar com a informatização diariamente. Nesse sentido nota-se, por exemplo, uma verdadeira exclusão daqueles que não conseguem se adaptar a terminais bancários, a guichês eletrônicos e a sistemas de atendimento virtual.

Nesse viés, Santaella (2007) afirma que a presença da tecnologia, especialmente no campo da mídia é forte nas artes. Para a autora, destacam-se dois aspectos que chamam a atenção sobre os estudos que envolvem a tecnologia e a arte. Um dos aspectos diz respeito à crescente fusão das produções artísticas nos meios tecnológicos, trabalhos criados para serem experimentados no âmbito das redes. Outro aspecto interessante é a posição da tecnologia como mídia digital que suporta formas digitalizadas da arte, como as imagens e os vídeos e suas poderosas bases de dados.

A pesquisadora ainda considera que surgiram novos intermediários da arte, novos públicos que consomem e redistribuem a arte, provocando a reconfiguração dos espaços museológicos diante das novas linguagens da arte, no meio tecnológico.

Aspecto interessante, nas constatações de Santaella (2007), é que os públicos que consomem a arte virtualizada não são mais apenas estudantes, mas todos os agentes do mercado simbólico, ou seja, publicitários, agentes de *marketing*, jornalistas e demais profissões relacionadas à comunicação, aplicando um caráter mais dinâmico aos conteúdos apresentados no meio virtual.

Importante salientar que a tecnologia sempre esteve atrelada ao fazer artístico. Machado apresenta como isso ocorreu em outros momentos da história:

A arte sempre foi produzida com os meios de seu tempo. Bach compôs fugas para cravo porque este era o instrumento musical mais avançado de sua época em termos de engenharia acústica. Já Stockhausen preferiu compor texturas sonoras para sintetizadores eletrônicos, pois em sua época já não fazia mais sentido conceber peças para cravo, a não ser em termos de citação histórica. Mas o desafio enfrentado por ambos os compositores foi exatamente o mesmo: extrair o máximo das possibilidades musicais dos dois instrumentos recém-inventados e que davam forma à sensibilidade acústica de suas respectivas épocas. (MACHADO, 2008, p.9).

Percebe-se que os usos de tecnologias no meio artístico podem ser caminhos interessantes da humanização tecnológica. Ao expor as mídias tecnológicas à subjetividade das manifestações artísticas, o homem se obriga a explorar novos campos e a extrair o máximo das ferramentas que cria. Esses se tornam recursos para expressar as criações e as subjetivações da mente. Com isso, constata-se uma nova forma de se comunicar, integrando as vias da Rede para os mais variados usos, com deslocamentos que independem do espaço físico. Pode-se interagir à distância, estar em outros lugares, usufruir de suas fontes, como aponta Castells:

O que caracteriza o novo sistema de comunicação, baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, é sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais. Em razão de sua existência, todas as espécies de mensagens do novo tipo de sociedade funcionam em um modo binário: presença/ausência no sistema multimídia de comunicação. (CASTELLS, 1999, p.396).

O que se vivencia, na realidade, é uma grande quantidade de veículos de informação e de conteúdos, sendo canalizados em grande escala, como apresenta Santaella (2004), no conceito de hipermídia:

Hipermídia significa, sobretudo, enorme concentração de informação. Ela pode consistir de centenas e mesmo de milhares de nós, como uma densa rede de nexos. A grande flexibilidade do ato de ler a hipermídia, leitura em trânsito, funciona, contudo, como uma faca de dois gumes. (SANTAELLA, 2004, p.50).

A autora ressalta que a grande quantidade de informações e *links* pode dificultar o trânsito por esses canais, dada a quantidade de nós e de variedades de informações. É como se o internauta corresse sempre o risco de se perder na Rede, de se desvencilhar do objetivo que o fez se lançar e o direcionar para outros caminhos, voluntária ou involuntariamente.

A internet, em estrutura na forma de nós, constituiu-se de importantes sistemas de inter-relações que se conecta a vários conteúdos. As empresas, as pessoas e as instituições, em geral, criam suas *home pages*, passando a estabelecer um espaço no universo virtual. As interações existem, mas de formas isoladas em aplicações de *softwares* que exploram alguns elementos da Rede, essencialmente os mecanismos diretos de comunicação.

Considerando sobre o que seria um fechamento das ideias dos teóricos citados com as possibilidades de entendimento de qual conceito de virtualidade se pretende utilizar, aplicada às questões deste estudo, que é voltado ao universo dos catálogos de artes, virtual seria o universo dos objetos constituídos na forma digital, representando, e também documentando, as diversas produções do universo artístico. São as representações de uma identidade institucional, seu universo e suas características por meio das ferramentas tecnológicas e alocadas na Rede.

2.2 A WEB 2.0

A *Web 2.0* surge nos anos 2000 como um novo fenômeno dentro da *internet*. Entende-se *Web 2.0*, para o contexto deste estudo, como um momento em que os usos da Rede exploram mais a interatividade entre os agentes. Os recursos

interativos de troca e de alimentação de informações são muito utilizados, diferentemente da *Web* anterior em que as redes sociais praticamente não existiam e os conteúdos tinham a característica de apenas *linkar* conteúdos entre as páginas.

O termo *Web 2.0* foi citado pela primeira vez por Tim O'Reilly, em 2004. Segundo ele, uma segunda geração da *Web* vem se estabelecendo após o *estouro da bolha*, em 2001³. Em seu artigo *What Is Web 2.0* (2005), o autor lista vários fatores que descrevem o fenômeno. São eles:

- a) serviços implantados, utilizando a *web* como plataforma, aproveitando todas as possibilidades que a Rede dispõe;
- b) aproveitamento da inteligência coletiva, em iniciativas que utilizam a contribuição dos usuários para programar serviços e disseminar produtos: *Wikipédia*, *blogs* e redes sociais são exemplos;
- c) investimentos pesados em bases de dados que gerenciam conteúdos;
- d) fim do lançamento de *softwares* e sistemas fechados. As plataformas são cooperativas, *softwares* não são mais produtos, mas serviços, mantendo um contato constante e próximo do seu público;
- e) modelos mais leves de programação. Os sistemas podem rodar em qualquer máquina;
- f) sistemas que possam ser acessados em qualquer plataforma, não só PC.

As teorias de O'Reilly foram criticadas por apresentarem um perfil totalmente mercadológico, o que é facilmente percebido com os exemplos propostos. As ideias de O'Reilly estão vinculadas a processos de produção de serviços, voltados ao público que se utiliza da Rede, de como conseguir mais lucro ou como se estabelecer dentro do cenário da concorrência no mercado virtual. Ainda assim, pensando que mesmo que muitas das aplicações não estejam enquadradas no perfil puramente mercantil, percebe-se que as características citadas podem ser facilmente enquadradas em outros setores presentes na *web*.

O uso das redes sociais e a participação por parte de instituições culturais,

³O fenômeno do Estouro da Bolha ocorreu entre 1995 e 2001 quando várias empresas com negócios na Internet, e que possuíam grandes investimentos no mercado de capitais, perderam seus valores por não apresentarem a rentabilidade esperada. O fenômeno levou muitas delas à falência, com a queda dos capitais da bolsa.

por meio das aplicações na *web* é muito comum neste momento. A análise dos sítios permite a constatação da implantação desses recursos interativos e das trocas, levantadas por O'Reilly.

As implementações que buscam a aproximação com o público, como sítios mais elaborados, disponibilizando boas bases de dados, cadastros nas principais redes sociais, utilização de recursos interativos, é frequente nos portais culturais. Em especial, projetos interativos, em que o público contribui na constituição dos acervos virtuais, são cada vez mais comuns. Exemplo interessante desse tipo de iniciativa é o 'Museu da Pessoa' no qual qualquer pessoa pode enviar relatos pessoais que viriam a contribuir para os conteúdos no sistema. A partir desse enfoque, o acervo de história oral toma rumos inesperados e diversificados⁴.

A utilização das redes sociais para divulgação das atividades e das informações atualizadas dos museus é bastante comum. Observa-se que praticamente todos os museus virtuais apresentam cadastro no *Facebook*, *Twitter*, *Orkut*, assim como *blogs* desenvolvidos por pessoas vinculadas, ou não, à instituição.

O impacto e as motivações do uso institucional, no campo cultural, ainda foram pouco explorados, bem como as repercussões desse tipo de canal de comunicação com o público, demandando estudos mais específicos.

Os espaços de compartilhamento e de troca de informações ampliaram-se. Percebe-se que as portas físicas já não delimitam o acesso ao público dessas instituições. Constatam-se novas formas de acesso, cada vez mais interativas, utilizando vários elementos midiáticos. É a denominada cultura da convergência.

O conceito de cultura de convergência foi lançado pelo pesquisador Henry Jenkins em obra *A Cultura da Convergência*. Segundo ele “[...] onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, o poder do produtor de mídia e do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. Jenkins (2008, p.27). O autor relata que as mídias, assim como seus produtores de conteúdo, estão interagindo em um novo fenômeno que se estabelece também como consequência da *Web 2.0*. Para Jenkins, convergência é o:

⁴Através do *link* <http://www.museudapessoa.net/facaparte/> o público pode cadastrar-se e enviar material para ser publicado e armazenado no museu virtual.

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e do comprometimento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, p. 27).

Percebe-se a potencialidade desses novos canais de disseminação de conteúdos, que têm como aliado o avanço das TIC. As informações podem ser adquiridas e compartilhadas nas mais variadas formas, utilizando diversos suportes midiáticos.

Ao falar de mídias, flexibilidade, aliados tecnológicos, alguns pesquisadores vêm aprofundando análises em relação aos formatos e às necessidades dos públicos, através das audiências na Rede, da distribuição de conteúdos e da demanda que cada grupo social espelha no ciberespaço.

Anderson (2006) apresenta a teoria da *Cauda Longa*, em que os mercados (sejam comerciais ou simbólicos) dividem-se em mercados de grande consumo imediato, denominados mercados de *hits*⁵, e em mercado de nicho, que são os consumidores focais, de presença frequente, mas de variados produtos. Ou seja, Anderson apresenta um contexto de consumo que se direciona aos produtos, de demandas imediatas, impulsionadas pelo *marketing*, pelos mecanismos de venda de imagem e de produtos. Interessa aqui analisar a presença simultânea de um público que consome informações e produtos em escala diferenciada. Não são as visitas em massa a determinados sítios, mas a constante utilização desses recursos informacionais em períodos mais estendidos de tempo, numa frequência mais regular e não tão intensa.

Enquadram-se, nesse contexto de consumo, os conteúdos das instituições culturais que, muitas vezes, geram produtos e serviços a partir das demandas educacionais e culturais. Incluem-se aqui instituições como museus, que desenvolvem atividades de educação e se utilizam da Rede, através de seus portais, para divulgar projetos educativos, levando o público a acessar seus conteúdos com

⁵O autor utiliza *hits* indicando frequências de acesso nos sítios de determinados produtos, o que corresponderia ao consumo do produto acessado pelo *hiperlink*.

frequência, mesmo que essa seja menos intensa que os *hits* da internet, mas fomentados por especialistas que incentivam o público a consumir seus conteúdos. Exemplo claro disso são os professores e os alunos que usam os portais dos museus para desenvolver atividades educacionais, em paralelo ou simultaneamente, as visitas aos espaços físicos. Esse tipo de fonte se enquadra dentro do escopo das fontes de informação virtuais são, aquelas disponibilizadas através do ciberespaço.

2.3 AS FONTES DE INFORMAÇÃO NA WEB

Genericamente, entende-se por fontes de informação todo e qualquer recurso que possibilite o acesso à informação, seja ele textual, sonoro ou imagético. Já, fontes de informação virtuais são aquelas que existem em formatos e em mídias virtuais, geralmente localizadas na Rede. Compreende-se que o impacto das fontes virtuais se dá pela questão da disponibilidade. Antes da criação dos meios digitais de acesso à informação, havia a necessidade do contato físico com as fontes; restrição que estava delimitada por aspectos de localização e de tempo.

O surgimento de recursos virtuais de acesso à informação revolucionou as formas de contato e de apropriação de recursos. Agora o contato é muito mais fácil e rápido. O dinamismo e a quantidade de fontes acabam se tornando um obstáculo, especialmente pela variedade de conteúdos dispersos na Rede. Anderson (2006) afirma que a produção de conteúdos está disseminada em grande quantidade e o produtor já não necessita de muitos recursos para manter seu espaço de manifestação, podendo disseminá-lo por vários mecanismos da *web*, como *blogs* e páginas da *Wikipédia*, impulsionado pelo poder que a *web 2.0* colocou na mão da sociedade.

A diversidade e a quantidade de conteúdos dispersos na Rede têm origem no crescimento dos investimentos dos mercados de variados tipos. Harvey (2010) defende a ideia de que o crescimento da indústria cultural e da disseminação de produtos imagéticos na *web* é determinado pela circulação de capital e pelas formas de promoção desses mercados simbólicos, por meio das interações de *marketing*.

Segundo Thompson (2008), o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação de novos tipos de relacionamentos sociais. Estabelece-se a reorganização de padrões de interação, dissociados do espaço físico, sem o partilhamento do mesmo ambiente espaço-temporal. A produção dos conteúdos não depende mais de delimitações geográficas e as publicações não ficam mais restritas aos idiomas e à distribuição física.

Percebe-se que a necessidade e o uso de informação são determinantes para o desenvolvimento social, configurando a *web* como elemento estratégico. Ilharco (2003, p. 44) relaciona a tecnologia ao fenômeno informacional, como se um interpenetrasse diretamente no outro. “O fenômeno da informação tem vindo a ganhar uma relevância crescente na sociedade contemporânea, à medida que as novas tecnologias penetram horizontalmente os mais variados domínios da experiência humana.”

A informação obteve, com os recursos tecnológicos, maior potência e alcance, transformando meios e fins em uma via de duas mãos. Ao mesmo tempo em que a informação constitui processo evolutivo dentro da sociedade, a comunicação do conteúdo informacional toma variadas formas e diversificados fluxos.

Refletindo nesse contexto, percebe-se que a utilização da *web* como recurso para ampliação do conhecimento, especialmente nas atividades educacionais, ou mesmo culturais, é forte aliada da sociedade. Toda a infinidade de recursos de imagem, som e texto, apresentados no ciberespaço, representam um manancial considerável e se explorado contribuem positivamente para variados fins, como o desenvolvimento da cultura, por exemplo.

Para Tomaél (2008), além das facilidades de acesso e de conteúdo, deve-se ter preocupação com a qualidade dos recursos acessíveis na Rede. A informação está disposta nas mais diversas formas e com os mais diferentes níveis de credibilidade, o que demanda atenção no uso desse recurso.

Tomaél (2008) estabelece alguns indicadores que podem demonstrar características específicas que correspondam à qualidade do conteúdo dos *sítios* apresentados. São eles:

a) arquitetura da informação: mídias, acessibilidade, usabilidade, organização,

- navegação, rotulagem, busca segurança, interoperabilidade;
- b) aspectos intrínsecos: precisão, facilidade de compreensão, objetividade, consistência e relevância, atualização, integridade, alcance;
- c) credibilidade: autoridade/confiabilidade, responsabilidade;
- d) contextuais: conveniência, estabilidade, adequação, facilidade de manuseio;
- e) representação: formato, adequação da representação ao assunto, clareza da definição dos domínios, representação concisa e consistente;
- f) aspectos de compartilhamento: arquitetura da participação, produtor e consumidor, *folksonomia*.

Analisando os tópicos apresentados, entende-se que a arquitetura da informação é essencial para facilitar o acesso ao foco de interesse do visitante, à precisão, à credibilidade e às possibilidades de compartilhamento. Isso é mais favorável ainda se o *site* gerar arquivos em formatos de fácil captação.

Entende-se que o contexto que a Rede apresenta é favorável para troca de informações em todos os âmbitos, especialmente no cultural. As ferramentas interativas apresentam imagens, sons e conteúdos com *hiperlinks* que favorecem o contato com a cultura em geral e com a arte em especial. É grande o poder da imagem como recurso para a apreciação e para o aprofundamento em temas que envolvem a cultura.

O papel da imagem no universo virtual e, especialmente, na riqueza desse recurso para a aproximação do público com os museus é muito importante. Essa reflexão será apresentada no decorrer deste estudo, em todo seu processo.

Explanado o contexto da *web 2.0*, suas características e possibilidades de uso como fonte de informação, parte-se para a questão da imagem que está nessas fontes: a relação da imagem com a tecnologia e as discussões que envolvem a representação do real, a numerização, a disseminação e como a imagem, no sentido de informação, vem sendo utilizada na propagação da arte.

3 IMAGEM

A imagem, para Aumont (1993), é uma forma de percepção. É um efeito que tem presença no sistema visual, nas formas de perceber a luz e nas relações do espaço. Para o autor, a imagem desafia o papel do espectador, a forma como constrói a sua realidade ou ilusão.

Dos papéis que a imagem assume a analogia e a mimese talvez sejam as mais interessantes. Parecer com algo ou ser igual a algo é desafiador para quem observa. Na analogia, o que se percebe é uma relação de semelhança. A imagem parece ou se assemelha ao objeto que representa. Já a mimese é a imitação, é algo mais além da semelhança, é a equivalência da imagem ao conteúdo que ela apresenta.

Refletir sobre o papel da imagem, no contexto do presente estudo, demanda compreender alguns fenômenos relacionados à captação, ao processamento e às possíveis funções que ela assume na sociedade, especialmente relacionando-a a questão das artes visuais.

A imagem é analisada aqui sob três aspectos: imagem como representação do real, cumprindo seu papel documental; imagem como objeto digitalizado, aquela que toma um corpo, uma forma virtual, volátil; imagem como veículo de disseminação da arte, através da musealização.

3.1 A IMAGEM COMO RETRATO DO REAL

A imagem, tanto no âmbito da fotografia como da própria imagem em sua essência, desperta no homem variadas reflexões. Diferenciadas escolas abordam a relação imagem e objeto representado de ângulos diversos.

Um dos grandes pensadores da imagem, Roland Barthes, semiólogo, analisa a imagem do ponto de vista das relações que estabelece com o contexto de quem a vê. Barthes (1984), na obra *Câmara Clara*, propõe que a função meramente

documental que a imagem assume quando registra um objeto, ao ser interpretado pelo homem em sua subjetividade, amplia-se. Na relação imagem e observador, especialmente no caso da fotografia da obra de arte, o *status* de documento pode se ampliar proporcionando uma forma de contato com a arte, em sua subjetividade.

A obra de Barthes apresenta a relação entre dois processos de reprodução da imagem: a câmara clara - quando criada pela mão do homem; a câmara escura - quando a imagem é produzida por processo mecânico, sem interferência do homem.

O autor afirma que a intervenção do observador que atua sobre a imagem é o que faz com que a fotografia extrapole o lugar simples de documento. A leitura do homem sobre a imagem faz com que ela assuma um papel complexo de relações e interpretações.

Sobre a capacidade da fotografia, no momento em que cristaliza o tempo e aquilo que representa, Barthes (1984, p.26) coloca que “[...] fotografia transformava o sujeito em objeto, e até mesmo se é possível falar assim, em objeto de museu: para fazer os primeiros retratos (em torno de 1840), era preciso submeter o sujeito a longas poses atrás de uma vidraça em pleno sol.” A busca da imagem forçava o homem a criar e manter a imagem a ser eternizada.

Para Flusser (1985), a imagem tem um papel de transmissão da informação, especialmente a imagem técnica, denominação dada por ele à imagem produzida por aparelhos, sem a intervenção manual do homem. Suas ideias sobre o tema constituem-se na conhecida teoria da caixa preta.

Flusser afirma que a imagem substitui o texto. Ela surge na crise desse. Encerra em si toda a complexidade da mensagem, substituindo o encargo linguístico na transmissão da mensagem. Segundo as ideias do autor, a imaginação é a capacidade de fazer decifrar a imagem, ou seja, responsabiliza a forma de como o homem a vê e a interpreta. As imagens, nesse contexto, são mediações entre o homem e o mundo registrado.

Já Kossoy (2002) afirma que as fotografias não encerram em si apenas o conteúdo de sua representação. Na realidade, a imagem é um ponto de partida para a pesquisa de forma multidisciplinar. As possibilidades de pesquisa e interpretação das imagens, que são utilizadas especialmente no campo das artes visuais, são muito amplas, especialmente quanto da utilização da imagem de uma obra de arte

enquanto recurso de aproximação da obra com o público. Nesse caso afirma-se, então, o caráter documental da imagem. Kossoy complementa:

A realidade da fotografia não corresponde (necessariamente) a verdade histórica, apenas ao registro expressivo da aparência [...] A realidade da fotografia reside nas múltiplas interpretações, nas diferentes “leituras” que cada receptor dela faz num dado momento; tratamos, pois, de uma expressão peculiar que suscita inúmeras interpretações. (KOSSOY, 2002 p. 38).

Percebe-se que as proposições de Kossoy ora afirmam que imagem fotográfica pode corresponder a uma documentação de algo que aconteceu como testemunho, constatação de algo; ora entendem que a imagem é, também, mais do que esse testemunho. Encerra, em si, um universo a ser desbravado e subjetivado pelo observador. No caso de imagens de objetos artísticos, constata-se essa dualidade. A imagem documenta a obra, ao mesmo tempo em que possibilita a contemplação mediada pelos meios tecnológicos.

É interessante analisar as realidades que constituem a representação fotográfica criada por Kossoy. Ele propõe que existam dois processos: o de construção da representação, ou seja, o momento em que a imagem é concebida; e o de construção da interpretação, que é a recepção por parte dos diferentes atores do sistema comunicacional.

Sobre o campo da recepção, Kossoy (2002) entende que ocorrem variados processos dinâmicos, de ligações complexas e que se relacionam com o universo e o imaginário daquele que a percebe:

A fotografia estabelece em nossa memória um arquivo visual de abrangência insubstituível para o conhecimento do mundo. Essas imagens, entretanto, uma vez assimiladas em nossas mentes, deixam de ser estáticas; tornam-se dinâmicas e fluidas e mesclam-se ao que somos, pensamos e fazemos. Nosso imaginário reage diante das imagens visuais de acordo com nossas concepções de vida, situação sócio-econômica, ideologia, conceitos e pré-conceitos. (KOSSOY, 2002, p. 45).

A imagem no mundo contemporâneo passou de um processo artesanal, com forte intervenção do homem, para um paradigma totalmente tecnológico. A imagem codificou-se, mudou de mídia. Santaella e Nöth (1998) mostram a posição que o objeto imagético assumiu com o passar do tempo através de paradigmas e como se estabelece atualmente. As pesquisadoras sugerem três paradigmas: o paradigma pré-fotográfico, momento em que a imagem era produzida de forma artesanal, como na pintura e na gravura; o paradigma denominado de fotográfico, período em que a imagem é referência de algo e está ligada as características de um objeto a quem indica dentro de um contexto mais documental; e, por último, o paradigma pós-fotográfico, representado pelas imagens sintéticas e infográficas, geradas por computador.

Apresenta-se, ainda, que atualmente se está vivenciando os três paradigmas simultaneamente: o pré-fotográfico, já que a produção de imagem ainda ocorre pelos meios manuais; o fotográfico, no sentido em que a imagem cumpre um papel de representação de algo, que tem um vínculo com um objeto; e o pós-fotográfico, uma vez que a imagem está sendo produzida com muita facilidade por equipamentos bastante simples e também gerada por processos totalmente digitais, denominadas como imagens técnicas.

No caso da imagem enquanto patrimônio, ela passa a estar no paradigma do pós-fotográfico quando revela aspectos de algo do que ela se originou, ou seja, representa que está no lugar da obra de arte, que foi produzida com o objetivo de documentar e de referenciar.

3.2 A IMAGEM E DIGITALIZAÇÃO

A imagem no contexto atual, como afirma Santaella, está no paradigma fotográfico e pós-fotográfico. Vivencia-se a imagem da representação de algum objeto, ao mesmo tempo em que se constata a imagem enquanto criação autônoma, ainda que representando algo, sendo constituída sem a mão do fotógrafo, através de

cálculos em sistemas computadorizados. Identifica-se uma hibridização dos meios, como postula Plaza:

No momento, constante sobreposição de tecnologias sobre tecnologias, temos vários efeitos, sendo um deles a hibridação dos meios, códigos e linguagens, que se sobrepõem e se combinam em processos chamados intermídia e multimídia. (PLAZA, 1993, p. 78).

Característica latente da imagem que, digitalizada, flui em meios híbridos, é a potencialidade de ser utilizada em variados campos e, especialmente, com muita facilidade de transmissão. Percebe-se que a imagem, agora, é essencialmente uma ampliação da capacidade de ser comunicada, de ser distribuída e transmitida pelas vias da hipermídia.

O uso da imagem nos contextos virtuais é vital, tanto no que se refere à necessidade de transmitir informações e conceitos, como na capacidade de transmitir informações imagéticas de variados conteúdos, antes contemplados somente na forma física ou através de uma fotografia impressa. Plaza afirma que:

Fora do seu modo de produção inovador e de sua potencialidade sintética, essas imagens podem ser armazenadas em sistemas de memória que, como o vídeo, o disco ou a fita magnética, nos permitem interagir em percursos visuais e recuperar a informação de processo de soft copy e hard copy. (PLAZA, 1993, p. 79).

Assim, a imagem pode ser armazenada em bases de dados virtuais, disponibilizada pelos canais da Rede de uma maneira totalmente inovadora; se analisado o avanço tecnológico em que se sobrepõem mecanismos de criação, armazenagem e disseminação em todos os campos da ciência. A imagem circula, é armazenada e está em constante movimentação, apropriação e comunicação no universo digital.

Grandes dilemas de gestores em instituições de todos os tipos é a necessidade de armazenagem de informações em massa a baixo custo de registros captados na forma de imagem. Outra grande preocupação é o acesso a itens raros ou sensíveis à manipulação. Hoje, os processos de formação de acervos digitais permitem tanto a armazenagem de acervos numerosos, como também o acesso em qualquer ponto que possua conexão com a internet. Plaza (1993) entende que, no contexto atual, a imagem digitalizada cumpre com o papel da conservação, como representação de memórias, o que acaba por gerar inovação, quando a sensibilidade, então, passa por um processo de renovação.

A inovação pelo processo de renovação das memórias, por mecanismos digitais, também possibilita novos sistemas de representação da difusão cultural. Plaza conclui que:

As novas infografias ampliam, incluem, conservam e transmitem todas as iconografias artesanais e industriais de comunicação, ao mesmo tempo em que constituem novos sistemas de representação e de conhecimento e também de difusão cultural. Aqui a noção de enciclopedismo dá lugar à noção de memória como disponibilidade da informação. (PLAZA, 1993, p.79).

O autor apresenta aqui um aspecto interessante que é a noção de memória como movimento, como disponibilidade, como acesso. É o fluxo da informação como mecanismo de manutenção da memória. Enquanto há mobilidade e apropriação, há a possibilidade de manutenção da memória de preservação. Preservar, portanto, difere de paradigmas conservadores. Não é limitar acesso. Preservar é disseminar, fazer conhecer, distribuir. Enquanto a informação na forma de imagem é compartilhada, ela é preservada.

Dentre os grandes adventos da imagem numerada, como afirma Plaza (1993), aponta a possibilidade de disseminação, de permuta. Nesse mesmo viés, Couchot (1993) complementa:

O computador permitiu a transposição da imagem analógica para a redução

do pixel. Neste momento o pixel rompe com os procedimentos óticos. Esta hibridação gerou as técnicas de figuração [...]. O pixel é um permutador entre a imagem e o número. (COUCHOT, 1993, p. 39).

Couchot (1993) considera o pixel o permutador entre a imagem e o número, como também o veículo que transporta a imagem, porque o mesmo pixel que é apresentado na tela de um computador e de uma máquina fotográfica é o ponto que possibilita a reprodução nas mais variadas mídias, inclusive a impressa. O *pixel* é a representação do real projetada.

A morfogênese por projeção implica sempre a presença de um objeto real preexistente a imagem. A imagem se dá, então, como representação do real. A imagem traz do real a marca luminosa, permanente morfogeneticamente estável, capaz de perdurar no tempo e ser apresentada de novo – representada – indefinidamente. (COUCHOT, 1993, p. 39).

Ao representar a imagem através do *pixel*, Couchot traz a ideia da transposição do material para o virtual. É o caminho da digitalização na migração das mídias e no lançamento para o campo da virtualidade, do campo das três dimensões para o espaço transformador das duas dimensões. A representação digital alinha, no espaço e no tempo, o objeto, a imagem e o sujeito. São as possibilidades de intervenção que a tecnologia propõe no contexto atual.

A nova sobrevivência do objeto, transformado em imagem digitalizada, cria um vínculo entre a representação, considerada como documental, que a imagem pode assumir, ao seu objeto representante. É um vínculo estabelecido. Couchot (1993, p. 41) postula que: “De maneira geral, todas as operações da figuração fundadas na ótica geram imagens que ‘colam’ ao real, imagens das quais cada ponto está ligado ao real pela lógica projetiva da representação”.

As imagens no contexto virtual podem assumir a representação do real e, segundo Couchot (1993), dependem da perspectiva em que é contemplada,

podendo assumir o lugar do real, do objeto representado em um sentido mais amplo.

Refletindo-se sobre as teorias propostas por Plaza (1993), em que a memória é a informação imagética em movimento, pode-se considerar que o contato com bases de dados virtuais representa uma maneira de vivenciar a fruição, a contemplação da arte.

Outro aspecto importante é a ideia de que a digitalização propõe a simulação. A imagem em diálogo com o meio híbrido estabelece outro campo de vivência, multiplicando-se.

Nesse sentido, pode-se dizer que a imagem-matriz digital não apresenta mais nenhuma aderência ao real: libera-se dele. Faz entrar a lógica da figuração na era da simulação. A topologia do sujeito da imagem e do objeto fica abalada: as fronteiras entre esses três atores da representação se esbatem. Eles se desalinham, se interpenetram, se hibridizam. (COUCHOT, 1993, p. 42).

Para Couchot (1993), as técnicas de figuração, criações de imagens por meios digitais acabam por transformar em números a imagem, podendo essa ser tratada, difundida e conservada. Considera-se, ainda, que o destino da imagem daqui em diante seja numérico. Vê-se que todas as manipulações que o homem vem desenvolvendo no contexto contemporâneo passam pelos processos informatizados e são aplicáveis à arte, tanto na forma de cinema, de televisão, como também na fotografia.

3.3 DISSEMINAÇÃO DA ARTE PELA IMAGEM

Traçado o contexto em que a imagem se apresenta na atualidade, percebe-se que a flexibilidade das mídias e as possibilidades de acesso e de construção de novas formas de contemplação permitem que a imagem, em especial a captura

documental de obras de arte passe de uma forma de contato mais limitado. Dentro de museus e reservas técnicas para um campo mais amplo de disseminação, que culmina com maior aproximação com o público.

Salienta-se a ampliação do acesso provocado pela informatização e pela virtualização das coleções dos museus de arte. Não se questiona aqui as problemáticas sociais de políticas de inclusão digital ou dos problemas relacionados ao acesso. O escopo escolhido para a reflexão centra-se nas pessoas que se utilizam dos recursos da internet para os mais variados fins, inclusive o de satisfazer suas necessidades de informação em arte.

Segundo Dubois (1993), no campo da fotografia e de suas relações com a arte, em suas mais variadas aplicações, percebe-se que a presença da imagem está dos dois lados: como obra de arte e como registro.

O papel da fotografia é essencial na disseminação da arte para o conhecimento do público. Por exemplo, trabalhos como os desenvolvidos pela *Land Art*¹, a obra, para ser percebida amplamente, necessita da imagem em grandes áreas espaciais. A documentação imagética desse tipo de arte comprova o papel documental permutando-se com a própria obra de arte. A arte passa do objeto, da sua representação imagética, e chega ao expectador, como registro.

No caso das performances, outra modalidade de manifestação artística, a fotografia toma mais importância, em muitas ocasiões sendo utilizada como testemunha para a posteridade, uma vez que passa a ser a reprodução da obra ocorrida em um determinado espaço e tempo para uma pequena plateia. Dubois (1993) usa como exemplo a artista Gina Pane² que utiliza a fotografia para retratar cada passo de suas obras, potencializando detalhes que a mesma considera importantes.

O uso de materiais perecíveis ou de constituição muito complexa, sempre desafiou os profissionais de museus, responsáveis pela permanência dos registros e pela guarda de formas de expressão, que são pouco usuais nos acervos

1 Land Art é um tipo de obra de arte que se utiliza de movimentações de terra, ou pedras, para ser elaborada. Geralmente cobre grandes áreas geográficas. Está relacionada a questões ecológicas e foi produzida na década de 1960.

2 Gina Pane cortava seu próprio corpo com gilete, enquanto uma fotógrafa registrava cada momento, congelando no tempo a repulsa que provocava no público.

institucionais. Cristina Freire, pesquisadora que atua no Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, escreveu obras que tratam sobre o tema do registro documental mostrando-as como precioso recurso para a preservação de obras de arte. Freire afirma que:

Distante de objetos autônomos, tangíveis no espaço e no tempo, o que vemos são, em muitos casos, os registros de ausências. São sinais de que algo se passou, e em sua quase efemeridade permanecem como testemunhos de processos em fotografias, livros, filmes e vídeos. Nas fotografias e filmes de ações e performances, a obra de arte mistura-se com sua documentação, desafiando assim o fetichismo do objeto, afeito às expectativas do mercado e a idéia aceita e naturalizada do que seja obra de arte [...] (FREIRE, 2004, p. 32).

Segundo a pesquisadora, recursos para a captação do momento em que a ação artística ocorreu só podem ser elaborados em imagem, vídeo, fotografia. Freire (2004, p. 32) afirma que: “Como obra do instante ou do desenrolar de um processo, performances podem, de certo modo, permanecer no tempo pela documentação fotográfica, pelos vídeos e pelos filmes que perenizam o gesto fugaz”. Nesse contexto, a documentação é um elemento essencial para a possibilidade do contato da ação artística com a posteridade.

Como registro da realidade, sob o aspecto documental, é interessante refletir sobre a utilização da imagem captada como testemunho dos fatos, especialmente em contextos como o das artes voláteis, que não permanecem no tempo e que não são constituídas de materiais. Nesse viés, Sontag afirma que:

Tais imagens são capazes de usurpar a realidade porque, antes de tudo, uma foto não é apenas uma imagem (como uma pintura é uma imagem), uma interpretação do real; é também um vestígio, algo diretamente decalcado do real, como uma pegada ou uma máscara mortuária. (SONTAG, 2004, p.170).

A imagem ao resgatar, congelar um momento do tempo e, simultaneamente, servir de testemunho na representação do seu objeto também provoca na subjetividade do homem sentimentos de apropriação, como se o recorte registrado extrapolasse apenas a materialidade à qual pertence. Sontag pondera que:

A fotografia é de várias maneiras uma aquisição. Em sua forma mais simples, temos uma foto, uma posse vicária de uma pessoa ou de uma coisa querida, uma posse que dá as fotos um pouco do caráter próprio dos objetos únicos. (SONTAG, 2004, p.172).

Esse sentimento de apropriação que a imagem fotográfica provoca no homem, relaciona-se com a necessidade de colecionismo, da preocupação com o testemunho imagético, através da musealização, como já apontado por Freire (2004) neste texto.

A musealização seria a transferência do registro da imagem para um contexto de preservação, de construção de patrimônios que permitem a utilização dos itens como fonte de informação, como testemunhos de algo do qual a imagem registra, se vincula. Segundo Loureiro (2004), esse processo se dá não apenas dentro da instituição museológica, mas no contexto em que o item se encontra; daí toda a variedade de patrimônios físicos ou imateriais e, especialmente, de digitais.

Pelo exposto pelos pesquisadores estudados, a imagem da arte é um objeto museológico por representá-la e documentá-la. Para tanto, pode ser musealizada e patrimonializada. É importante ressaltar, também, que não trata apenas de uma mudança de *status* que iguala o objeto à sua imagem, mas sim a questão informacional da representação do objeto artístico, que passa a se movimentar no fluxo da Rede, a ser compartilhado e socializado em outros contextos, onde for acessado.

As colocações já propostas conduzem para que não se discuta mais a preocupação ou o fato da perda da aura da obra de arte, como exposto por Benjamin[3]. Agora a perda da unicidade do objeto é comum. Discute-se a questão

da ubiquidade, favorecida pelas redes virtuais. O valor de culto que Benjamin³ (1976) problematiza é substituído pelo valor da exibição. Chegou-se até a obra por ela mesma, quando presencialmente, nas mídias impressas geradas pelas produções culturais, dentro das instituições ou produzidas pelos próprios artistas, mas, ainda mais rapidamente, pelas imagens que captam a obra, passam para a mídia tecnológica, numérica e são lançadas na infinitude do ciberespaço, disseminando e popularizando a arte. Vive-se uma nova forma de aura, uma percepção em um novo contexto.

³Walter Benjamin é autor do texto 'A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica' em que questiona a perda da 'aura' da obra de arte, pela reverência a obra. A perda deu-se quando a indústria e a tecnologia começaram a produzir obras em série, em grandes quantidades, como gravuras e desenhos.

4 PATRIMÔNIO, DOCUMENTO E MEMÓRIA VIRTUAL

Pensar na questão do patrimônio no contexto atual é um grande desafio. As fronteiras da materialidade romperam-se. As instituições internacionais, envolvidas com a preservação do conhecimento humano, oficializam as formas mais variadas de patrimônio. O patrimônio que se pretende analisar, aproximar reflexões para esse estudo, é o patrimônio documental, em especial o artístico na forma digital.

O último projeto lançado pela Unesco que trata das questões de patrimônio, em especial de registros da produção e do conhecimento humano, denomina-se *Memória do Mundo*. Segundo esse projeto enquadra-se como patrimônio: objetos móveis, feitos de símbolos (códigos, sons e/ou imagens), preserváveis (de suportes inertes), reproduzíveis e trasladáveis ou fruto de um processo de documentação deliberado. É um projeto que encaminha diretrizes para a preservação mais abrangente das formas de patrimônio e memória da sociedade. O projeto tem três objetivos principais: facilitar a preservação do patrimônio documental mundial, estabelecendo técnicas que são mais adequadas; facilitar o acesso universal ao patrimônio documental, encorajando a digitalização dos originais e da publicação na *web*; criar maior consciência da importância do patrimônio documental, promovendo a informação, preocupando-se com a duplicação de cópias para facilitar o acesso aos documentos importantes.

A ideia do projeto é reconhecer patrimônios nas mais variadas formas documentais, que antes não estavam sendo contemplados. A iniciativa prevê o fomento de ações de preservação e de investimentos nesses mananciais informacionais que podem estar em risco de serem perdidos, especialmente os virtuais, já que a obsolescência de equipamentos e de mídias fragilizam as formas de manutenção e de migração para novos suportes.

Partindo do projeto *Memória do Mundo*¹, foi criada uma carta específica para itens considerados virtuais. Trata-se da *Carta para Preservação de Memória Digital*².

1 Disponível em: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=1538&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

2 Disponível em: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=13367&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Nesse documento são apresentados pressupostos do que se considera patrimônio digital:

Comprende recursos de carácter cultural, educativo, científico o administrativo e información técnica, jurídica, médica y de otras clases, que se generan directamente en formato digital o se convierten a este a partir de material analógico ya existente. Los productos “de origen digital” no existen en otro formato que el electrónico. (UNESCO, 2003, p.1)

A *Carta para a Preservação da Memória Digital* considera o patrimônio virtual como uma herança comum. Aponta para o reconhecimento dos recursos digitais de expressão e da potencialidade desse patrimônio, enquanto oportunidade de criação e de intercâmbio de conhecimento entre todos os povos. O escopo da recomendação se refere a todos os já citados, na forma digital, além da importância do livre acesso, fomentado em atividades conjuntas entre vários países. Contempla, também, a vigilância contra a perda desse patrimônio, a necessidade de ações imediatas e da continuidade desse patrimônio, de sua manutenção.

Das propostas apresentadas como medidas, a Carta propõe: a elaboração de estratégias e de políticas de preservação, a seleção dos documentos que serão protegidos, a proteção diretamente do patrimônio digital e a preservação do patrimônio cultural em um âmbito maior.

Dentre as atribuições da Carta estão o estímulo a fornecedores de *softwares* e tecnologias de digitalização, a criação de pesquisas com trocas de experiência e a preservação das pesquisas e dos avanços que envolvem o patrimônio digital.

Da definição da Unesco interessa analisar o comportamento do patrimônio na forma digital ou como apresentado em itens que se converteram do formato analógico para o formato digital.

O documento da Unesco aponta para uma grande variedade de documentos que se enquadram no patrimônio. Ao tratar da questão das fontes de informação e ao pensar no contexto da virtualidade, o pesquisador que tem refletido sobre o tema, Pierre Lévy apresenta uma série de obras que abordam a questão da virtualidade.

Uma das obras, em especial, intitulada *As Tecnologias da Inteligência*,

publicada em 1993, marca algumas ideias muito importantes a considerar nos percursos da tecnologia e da sociedade, no contexto atual. Sobre a digitalização, Lévy afirma:

A principal tendência neste domínio é a digitalização, que atinge todas as técnicas de comunicação e de processamento de informações. Ao progredir, a digitalização conecta no centro de um mesmo tecido eletrônico o cinema, a radiotelevisão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática. (LÉVY, 1993, p.102).

Lévy destaca nesse trecho o impacto que a digitalização teve na sociedade como um todo, mas, especialmente, sua inserção no universo das redes. Para circular na Rede, o homem se digitalizou e virtualizou suas ações, sendo que a informação circula no dinamismo desse espaço.

Refletindo diretamente sobre a questão dos museus virtuais, dos catálogos *on-line* de instituições museológicas, Gondar e Dodebei (2006) propõem uma expansão da memória social em todos os contextos. Afirma que é um conceito transdisciplinar que envolve questões éticas e políticas. Propõe que a memória seja uma construção processual produzida nas relações sociais.

Gondar e Dodebei (2006) expõem que a memória é como um processo, podendo ser entendida como memória virtual, pela dinâmica que assume e pela possibilidade de recuperar, trazer à tona situações e acontecimentos. Gondar e Dodebei colocam que:

O grande desafio dos museus na era virtual, paradoxal, informática-mediática, da simulação ou imagética é realmente encontrar o equilíbrio nessa dinâmica de troca entre dois espaços - o material e o virtual, além de refletir sobre a impossibilidade de preservar o material dissociado do imaterial e de decidir sobre a parte de produção de bens que deve ser objeto de proteção. (GONDAR; DODEBEI, 2006, p. 80).

As autoras refletem sobre a necessidade de se manifestar sobre o que realmente pode e deve ser preservado. Como tudo está sendo virtualizado e todos os processos que o homem desenvolve atualmente contribuem para o crescimento desse manancial, se tem potencialmente, uma situação de risco, já que as mídias são voláteis.

No caso dos museus, em especial os de artes visuais, constata-se variados níveis de virtualização. Enquanto alguns apresentam informações bastante completas, outros sequer mostram informações sobre seus acervos e apresentam sequer um catálogo consistente, mas recortes do acervo. Nesse sentido, Gouveia e Dodebei sustentam que:

Fica explícito que a digitalização de acervo não transforma necessariamente um museu em um museu virtual. A virtualização aqui é entendida como o processo, mas o virtual diz mais respeito a própria tipologia de museu, da composição física de seu acervo e da especificidade de suas exposições. (GONDAR; DODEBEI, 2007, p. 96).

Portanto, as ações e os implementos criados pelos museus e estabelecidos na *web* nem sempre correspondem às necessidades de acesso aos acervos. O principal papel dessas instituições que utilizam esses recursos com outras finalidades talvez sejam para atrair o visitante físico ou apenas criar uma ponte, uma estrutura, ainda que muito básica na *web*.

Scheiner (2007), tratando sobre as diretrizes da Museologia e do patrimônio na atualidade, acredita que o mundo se transforma em um grande hipertexto, especialmente pela influência do uso da tecnologia nas ações, como apresentou Santaella. Sobre a constituição do patrimônio virtual Scheiner postula:

Para compreender a existência de um patrimônio virtual, devemos portanto, buscar perceber a informação como valor – valor econômico ou cultural, capaz de instaurar, no corpo social, novas relações, novos produtos e serviços, influenciando escolhas e redefinindo comportamentos. (SCHEINER, 2007, p. 40)

Partindo do fluxo provido das redes, Scheiner ressalta a percepção de um valor informacional em movimento. A virtualização permite a apreensão desse processo de vertente criativa. Esse movimento, que ela denomina de criativo, Lévy considera essencial para a manutenção da memória, assim como o da oralidade. Ao movimentar, trocar, compartilhar informações, mantém-se a existência desse conteúdo, ainda que no contexto volátil das redes.

A autora, ao considerar o fluxo da Rede um processo que legitima a existência do patrimônio imaterial, potencializa a função comunicacional da vertente documental da imagem. Scheiner comunga com essa posição ao colocar:

Essa função é essencialmente comunicacional, é que vai legitimar a existência de referências patrimoniais imateriais. Patrimônio em processo: não há registro que possa fazer justiça à plenitude desse contrato, nem a comoção que ele provoca, em todos os sentidos. (SCHEINER, 2007, p.46).

A permanência e o registro do patrimônio passam por um fluxo contínuo, uma tentativa de capturar o movimento que é próprio de sua essência. Scheiner (2007, p. 46) afirma que: “É isto o que faz convergirem, para a rede, as referências ao patrimônio imaterial – como se este novo universo pudesse, por artes da técnica reter o processo (ou pelo menos o momentum) em toda sua sutileza, seu ritmo e complexidade.”

Com relação à questão do patrimônio, Pellegrini e Funari (2008) falam sobre a atuação da Unesco no reconhecimento de novos patrimônios:

Desde sua criação em 1945, a Unesco tem assumido a tarefa de atuar como expoente vigilante e promotor de melhorias nas condições sociais da população mundial. Para isso, procura fomentar a interlocução e a cooperação intelectual entre os países membros, promover a troca de experiências e a propagação de projetos inovadores do ponto de vista do bem estar social e da partilha de pesquisas e conhecimentos. (PELLEGRINI; FUNARI, 2008, p.45).

As recomendações do projeto Memória do Mundo e da Carta para a Preservação de Patrimônios Digitais são essenciais para a preservação e a manutenção desses tipos tão específicos de registro. Os dois documentos correspondem a diretivas que se complementam e que podem proporcionar, para as próximas gerações, o contato com um manancial que está em constante mutação.

O patrimônio passou por variados conceitos, mas sofrendo sempre as influências políticas e os interesses sociais, conforme apontam Pellegrini e Funari:

O conceito de patrimônio cultural, na verdade, está imbricado com as identidades sociais e resulta, primeiro das políticas do estado nacional e, em seguida, do seu questionamento no quadro da defesa da diversidade [...] Podiam ser objetos antigos, como construções modernas ou, mais provavelmente, uma mescla de ambos. Assim surgiram os museus de Antiguidades com peças antigas, mas reunidas em honra de uma nação. (PELLEGRINI; FUNARI, 2008, p. 28).

Para esses autores o conceito de patrimônio, a partir do ano 2000, passou a ser voltado também às ações humanas intangíveis. O patrimônio se amplia no sentido de se desvincular dos grupos dominantes, abrindo-se para formas sociais mais amplas de patrimônio. Na realidade, a mudança do conceito de patrimônio, segundo os mesmos autores, vem da ampliação e da democratização do conceito de cultura.

Na atualidade, os patrimônios apresentam características propícias ao contexto da *web 2.0*, em sua ênfase nos processos comunicativos, nas mídias interativas e na circularidade dos conteúdos. Dodebei (2006) afirma que os patrimônios que estão em processo de digitalização, da oralidade escrita que foram posteriormente digitalizados, também são considerados patrimônios digitais e o atributo mais marcante desse tipo de informação é a base tecnológica e a possibilidade de simulação.

5 WEB MUSEUS E PATRIMÔNIO NA VIRTUALIDADE

Do conceito tradicional de museu, como espaço de guarda e de disseminação de cultura, passa-se para novas possibilidades de patrimônio, novas possibilidades de vivências e contatos com os objetos museológicos.

Cada vez mais relacionados com o contexto em que se inserem com a hipertextualidade, a ubiquidade e a velocidade as instituições museológicas podem apresentar todas as riquezas informacionais e artísticas através de suas bases de dados.

Inicialmente, é interessante partir do conceito tradicional de museu. Suano (1986) afirma que o conceito de museu vem sofrendo mudanças profundas, especialmente no que se refere ao seu objeto. Antes de 1986, o conceito de museu estava vinculado à “objetos de valor cultural”, relacionando-se a uma materialidade física, a um valor palpável. De 1986 para cá, a palavra objeto vem sendo substituída por “produtos da ação cultural humana”, ou seja, relaciona-se a uma produção, resultado de um trabalho, de uma atividade humana, mostrando, assim, uma maior amplitude.

Das afirmações e das funções sociais que os museus desempenhavam na Antiguidade, no decorrer da História se percebe que a instituição sempre cumpriu papéis de lugar de curiosidade nos períodos iniciais de sua constituição, passando depois para o de uso social, como ostentação de famílias burguesas e até de massa de manipulação por parte da Igreja; quando utilizava o espaço para determinar ditames morais e políticos a seu serviço. Hoje se entende que os museus, além das funções tradicionais de disseminação da arte, assumem também o papel educacional na formação de público.

Adentrando as nomenclaturas e as análises específicas do campo dos museus virtuais, Loureiro apresenta a diversidade de palavras que identificam as publicações em foco:

Dentre as denominações mais freqüentes, destacamos **museu digital**, cujo qualificativo ressalta simultaneamente sua linguagem e sua natureza imaterial, mas não dá conta da especificidade da rede; **netmuseu**, **cibermuseu** ou **webmuseu**, cujos prefixos remetem às especificidades da Internet, enfatizando o espaço desterritorializado das redes, aplicando-se entretanto, indistintamente, aos museus construídos na Web e aos sítios mantidos por museus físicos; e **museu virtual**, denominação que parece tender a se consolidar. (LOUREIRO, 2004a, p.104).

Pela quantidade e variedade de conceitos apresentados, percebe-se que ainda não há consenso sobre um termo mais genérico. Para o presente estudo, com base nas leituras e análises sobre o tema, o termo mais adequado para as coleções virtuais apresentadas nos sítios institucionais é *web* museu. Acredita-se que há ainda muita indefinição sobre o estabelecimento de critérios que poderiam determinar nomenclaturas mais específicas. Sendo as publicações nos sítios formas de disseminar os museus na Rede, o termo *web* museu pode comportar toda a variação de termos que ainda estão em discussão.

Almeida (2006) acredita que o impacto nas Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC's, nos processos de organização dos acervos, tenha impulsionado os museus a criar mecanismos tecnológicos que proporcionaram a evolução dos processos de documentação e, consecutivamente, de disseminação dos acervos. É quando os primeiros passos da virtualização começam a acontecer. Segundo ela:

A atividade de documentação museológica surgiu em decorrência do desenvolvimento dos museus modernos [...] quando meras listas de acesso se tornaram insuficientes e uma informação mais detalhada passou a ser necessária para administrar as coleções e reunir objetos para exposições especiais. (ALMEIDA, 2006, p.141).

Nesse momento, as tecnologias começam a modificar os processos de disseminação, ampliando o uso de imagens, como também as técnicas de documentação, que criam arquivos de imagens para complementar os registros e auxiliando na descrição das peças. Iniciam as preocupações com a documentação.

A autora acrescenta:

Em 1950, começaram a se formar grupos especializados no assunto em pauta dentro do Conselho Internacional de Museus, como o Comitê de Documentação (CIDOC), um dos 25 comitês Internacionais do ICOM. O CIDOC preocupa-se basicamente com o desenvolvimento de padrões para a descrição de objetos e de vocabulários controlados que auxiliem nos trabalhos de documentação dos museus. (ALMEIDA, 2006, p.142).

As instituições passam a criar mecanismos que padronizam rotinas de trabalho, ainda que poucas ferramentas existam. Grupos de discussão interinstitucionais ampliam as possibilidades de resolução de problemas em comum.

Partindo para o universo específico dos museus virtuais, Meneses (2007) apresenta quatro focos que marcaram o contexto de implantação dos *web* museus:

a) a crise da representação: a representação sempre marcou o papel social do museu. A imagem toma o espaço da representação, assume esse papel de comunicar, de levar movimento ao objeto representado;

b) a sociedade da informação: a informação na sociedade atual é mercadoria, um bem de consumo. Estabelece hierarquias e mecanismos de controle e poder;

c) tendência à desmaterialização: a tecnologia possibilitou a criação de memórias extraordinárias, extracorpóreas. A compressão do espaço-tempo está criando cidades desterritorializadas (sem território), espaços de fluxos;

d) expansão do mercado simbólico: o valor cultural e o valor econômico não se opõem – a oposição ocorre entre a lógica cultural e a lógica do mercado. Os museus virtuais são instituições fortemente marcadas pela interação dentro do mercado simbólico.

Os parâmetros apresentados por Meneses representam alguns elementos da base sociocultural que proporcionaram a busca pela inovação e pela exploração de novos espaços. Ressalta-se, dentre os tópicos arrolados, a questão da tecnologia, especialmente o advento de novas implementações na internet, na forma da *Web 2.0*.

Oliveira (2008, não paginado) apresenta as potencialidades que a Rede traz como contribuição para os museus: “A Internet possibilita a montagem de redes de conexão entre várias instituições afins e com objetivos convergentes. Este uso pode ser feito através de listas de discussões, fóruns, redes de comunicação.”

O autor comenta que ainda há muitas instituições que não se apropriaram dessas tecnologias e das potencialidades do uso da Internet. Oliveira (2008) comenta:

Infelizmente, a maioria dos museus ainda não viu a potencialidade de utilizar a Internet para este tipo de colaboração interinstitucional. Para a grande maioria das 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. (OLIVEIRA, 2008, não paginado)

As instituições que se utilizam dos recursos remotos conseguem explorar novas formas de interação com seu público. Oliveira cita como exemplo o caso da preservação da memória social no Museu da Pessoa, no qual os registros de imagem e de som das histórias de cada indivíduo ficam à disposição na *web*. Essa circulação faz com que a memória destes indivíduos possa ser compartilhada e constantemente renovada, mas isto apenas quando o acesso é democratizado.

Os museus virtuais acabam por assumir as funções que possuíam como museus tradicionais, mas agora com a dinâmica das redes na sociedade. Este sentido complementa Oliveira (2008):

Os Cibermuseus e os Museus Digitais tentam a missão de conservar o patrimônio cultural, apresentando às culturas – quer tradicional, quer ciber – imagens, dados, mensagens e informações diversas colhidas através de um click no mouse que disponibilizam a riqueza temática dos museus a turistas, estudantes de todos os graus e pesquisadores. (OLIVEIRA, 2008, não paginado).

Os *web* museus possuem seu lugar na virtualidade. Ainda que semelhante ao papel do museu físico difere nas potencialidades e nos canais de acesso e de contato com a arte. A informação nesse contexto é essencial. O autor esclarece:

Para que haja um processo de apreensão sobre um objeto no museu, é necessário informação qualitativamente eficaz sobre ele e uma disposição (em termos exposicionais) que possibilite a contemplação. Ou seja, ambiente, espaço, conforto e informação para o observador. Para tanto, faz-se necessário a apuração iconográfica do objeto e o aprimoramento hipertextual. Quanto mais correspondências, produções “linkadas” no objeto, mais riqueza e mais conteúdo serão disponíveis ao visitante. (OLIVEIRA, 2008, não paginado).

As relações da hipermídia possibilitam o acesso e a participação do cidadão comum com muita facilidade, registrando, trocando e interagindo com as instituições. As obras podem ser utilizadas para uso educacional e solicitadas as devidas liberações de direito autoral, quando para fins comerciais.

Segundo Loureiro (2004b), as funções dos *web* museus são análogas as dos museus físicos, mas acrescida dos museus disponíveis na *web*, em especial a maior flexibilidade na transparência de informação, ampliando as interfaces do museu com seu público.

A questão da acessibilidade e da familiaridade com o uso da Rede são temas inerentes ao atual mundo virtual e que também interfere no contexto do *web* museu. No entanto, por serem temas complexos, envolvendo uma série de variáveis, e por não serem o foco de estudo em pauta, eles não serão aqui abordados.

Almeida (2006, p.153) afirma que: “Se o museu não facilitar o acesso à informação, sobretudo em uma instituição pública, estará negando às pessoas o direito de conhecer a coleção, que é um patrimônio público.” Ou seja, os museus devem possibilitar maior acesso às coleções, não se fixando somente em mostras com determinados recortes teóricos ou temáticos. Devem permitir o compartilhamento de dados da sua coleção como um todo.

Entende-se que é necessário um novo entendimento do que é considerado atendimento às demandas do público. O acesso via sítio merece investimentos para ampliação no acolhimento das necessidades informacionais e de contato com as coleções, com o máximo de completude. Ações desse tipo devem ser pensadas através de planejamentos estratégicos que contemplem a presença do público, também no universo virtual.

6 WEB MUSEUS BRASILEIROS

A virtualização das coleções de acervos museológicos no Brasil é um processo recente. O fato é constatável quando se identifica o histórico das principais instituições de arte brasileiras, mais especificamente, sobre a constituição de suas bases de dados.

Percebe-se que a automação foi o passo inicial para a constituição de sistemas de informação que, permitindo a informatização dos dados, formaram as primeiras estruturas amparadas pela computação e para a organização de suas coleções.

Pinheiro (1996) relata que a automação dos museus ocorreu como uma consequência da necessidade instrumental de recuperar e disseminar a informação. A autora complementa:

A iniciativa pioneira de automação de acervos de Arte, no Brasil, é do Projeto Portinari, que engloba toda a produção artística do grande artista plástico brasileiro, trabalho independente e sob a liderança de seu filho, portanto, não vinculado a museu. No entanto, essa experiência não tem sido registrada em trabalhos publicados em revistas ou apresentados em congressos da área, o que limita o seu conhecimento por outros profissionais empenhados em projetos de automação. (PINHEIRO, 1996, não paginado).

Como estabelece Pinheiro (1996), a iniciativa particular do Projeto Portinari promoveu a sistematização de uma coleção de obras de arte, cujo acervo está disperso na posse de vários colecionadores. Um sistema de base de dados facilitou a identificação de um grande número de trabalhos artísticos e de dados, sobre a produção geral do artista. A instituição não possui obras, somente as informações das mesmas. Relata, ainda, que o empreendimento foi pouco comunicado no meio científico.

Outra instituição que marcou presença histórica na constituição de coleções

virtuais foi a Fundação Itaú Cultural que, em meados da década de 1980, inicia a constituição de bases de dados sobre pintura brasileira e fotografia. Iniciativa que hoje culmina com um grupo de sistemas de informação - literatura, cinema, teatro, arte e tecnologia. Desenvolveu, também, a Enciclopédia de Artes Visuais, lançada em 2001, de acesso livre ao público.

A Enciclopédia de Artes Visuais do Instituto Itaú Cultural contempla informações sobre os artistas, as reproduções de obras, o histórico de eventos e as bibliografias sobre o tema, relacionando informações sobre o artista, sua participação em eventos registrada em documentos e textos críticos.

Já nos museus, os projetos de automação de acervos iniciam em torno de 1992 com o projeto SIMBA – Sistema de Informação do Acervo do Museu Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro. Atualmente, configura-se no *software* de organização de coleções museológicas denominado Donato¹. Hoje, o sistema é utilizado por várias instituições brasileiras, sem custos para organizações públicas, como uma parceria interinstitucional.

A importância de sistemas como os citados foi o fato de criar propostas de sistematização da informação, específica no campo das artes visuais em museus. A sistematização dos dados comporta, posteriormente, a possibilidade de gerar relatórios na forma de páginas com informações sobre as obras para a Rede.

Pinheiro (1996) ainda relata que o Projeto Lygia Clark, dentro da coleção do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, também repercutiu como um marco na constituição de sistemas para coleções de museus de artes.

Refletindo sobre as sistemáticas que iniciam os processos de informatização das coleções se percebe um padrão comum: a necessidade de resolver problemas locais dentro das instituições, gerando empreendimentos tecnológicos mais especializados. Sobre esta questão Llusa afirma:

As características da cultura contemporânea (multiplicidade, aceleração, interatividade, privilégio do presente, recriação constante do sentido) serão cada vez mais também as características do museu. E se na primeira decorrem em boa parte da digitalização da sociedade, no segundo é

1 O nome do programa é uma homenagem ao professor, pesquisador e arquiteto Donato Mello Jr.

também a digitalização a que definirá suas novas formas. (LLUSSÁ, 2002, não paginado).

A tecnologia começa a assumir posição estratégica nas instituições brasileiras. A necessidade de sistematizar, de forma ágil, a organização das informações e atender as demandas, internas e externas, promove profundas mudanças.

Partindo das soluções tecnológicas desenvolvidas pelos museus de artes visuais, consideradas essenciais, é interessante apresentar também as iniciativas coletivas, na forma de redes. Pinheiro (1996) cita o projeto IARA – Informação em Arte e Atividades Culturais, que em 1993, sob a responsabilidade da Fundação Nacional de Arte – FUNARTE, desenvolve a proposta de reunir acervos de instituições culturais no campo das artes, cinema, música, fotografia e folclore, em sistema integrado, com a participação de várias instituições. Os princípios básicos do projeto, apresentados por Pinheiro, Viruez e Dias (1994) são:

- a) um sistema que integrasse os dados já existentes;
- b) que a atuação fosse em rede, com atividades descentralizadas;
- c) aquisição de equipamentos mais potentes para desenvolver o trabalho;
- d) registros que dessem conta da hipermídia e dos variados tipos de informação (som, imagem, vídeos, etc.).

O projeto IARA não teve continuidade e, atualmente, a única rede que permanece com sistemas de cooperação, ainda que com um escopo de acervos mais variado e com bibliotecas de artes, é a Rede de Bibliotecas e os Centros de Documentação em Arte do Rio de Janeiro - REDEARTE, operante desde 1995 e oficializada em 2006.

A REDEARTE² é constituída por instituições que mantêm serviços de informação em arte, muitas delas sendo museus. Congrega serviços integrados de intercâmbios. Segundo seu sítio os objetivos são:

2 Disponível em: <http://redarterj.wordpress.com/>

- a) facilitar aos pesquisadores e ao público em geral o acesso a informações na área de arte;
 - b) divulgar suas instituições integrantes;
 - c) oferecer serviços e produtos informacionais;
 - d) promover o intercâmbio de experiências entre os profissionais da Rede e auxiliar sua atualização;
 - e) promover o intercâmbio de informações em arte através da localização de itens e do serviço de empréstimo entre as bibliotecas integrantes;
 - f) incrementar a permuta e a doação de itens entre seus membros.
- (REDEARTE, 2010, documento digital).

As ações desenvolvidas, tanto pelo projeto IARA quanto pela REDEARTE, são importantes no sentido de constituírem iniciativas de sistematização informacional sobre arte em bases de dados. Essas bases de dados são mecanismos de organização que possibilitam o surgimento de sistemas que podem vir a constituir os catálogos virtuais, como se visualiza hoje.

Acompanhando o caso os principais empreendimentos de informatização das coleções de artes, pode-se compreender então que os avanços tecnológicos e as necessidades de cada instituição, assim como de seu público, foram estabelecendo novos paradigmas no campo da museologia brasileira, seguindo o movimento tecnológico das instituições no exterior. Nessa conjuntura se percebe uma evolução, como afirma Llussá:

É por isto que os museus virtuais estão evoluindo desde sistemas de informação centrados nos objetos que são parte das coleções, até sistemas de administração de informação contextual, de onde a informação proporcionada ajuda a apreciar a riqueza, contexto e significando que os trabalhos, contemplados isoladamente, não podem expressar. (LLUSSÁ, 2002, não paginado).

O autor apresenta o rumo que se observa nas instituições de arte. Há um grande investimento na primeira etapa que corresponde à organização da

informação, à sistematização dos dados das coleções. Posteriormente, com os incrementos tecnológicos como um processo automático, as instituições criam produtos informacionais dos mais variados, dentre eles, os catálogos virtuais, que são mais uma forma de disseminação de informações, oriunda do sistema interno da organização.

Atualmente, veem-se vários museus físicos que possuem sua versão virtual. Nota-se, em um breve levantamento, que boa parte deles se enquadra nas classificações propostas por Schweibenz (2004):

a) museu folheto: museus na forma de breve publicação na Rede que apresenta informações de serviços e horários, convidando o visitante a vir ao espaço físico da instituição;

b) museu conteúdo: museus em que apresentam em seus sítios informações detalhadas de suas coleções, incluindo dados técnicos. Espelham praticamente toda sua coleção na base de dados;

c) museu aprendizado: instituições que apresentam conteúdos voltados à educação. Dispõe de materiais educativos e roteiros com informações para professores.

Schweibenz (2004) ainda apresenta os museus virtuais, que são sítios desenvolvidos como museus totalmente virtuais, sem representante no mundo material. Esse tipo de museu sobre artes visuais não foi identificado ainda no Brasil.

A virtualidade total não é constatada no País, mas, mesmo assim, encontra-se uma grande diversidade de instituições que apresentam suas coleções na Rede, com significativos repertórios de imagens sobre as obras. Esses repertórios constituem o objeto deste estudo. O levantamento das instituições, que poderão ser analisadas, está elencado na metodologia da pesquisa.

A nomenclatura utilizada pelas instituições museológicas, no país, também não está definida. Entende-se que o termo *web* museu, no contexto deste estudo, aplica-se a todo o sítio de museus que apresenta seu acervo de obras de arte em formato virtual.

No País, a necessidade de disseminação e de popularização da arte é uma demanda importante. As possibilidades de comunicação que o museu oferece na plataforma digital são variadas. Santos (1998) afirma que:

Hoje procura-se em novas práticas de exposição e novas formas de audiência transformar o museu em lugar de contestação. No mundo dos novos meios de comunicação e das novas técnicas de reprodução, experiências virtuais, em que a comunicação é feita sem a presença material de corpos e indivíduos, alcançam expressão e abrangência. A comunicação pode não ter mais como referência o real, podendo ser constituída apenas de fluxos de imagem, estes sim os novos objetos de análise. (SANTOS, 1998, p.13).

Compreende-se que é importante a articulação de recursos informacionais para acesso aos museus brasileiros pela baixa frequência de público, especialmente no caso dos museus de artes visuais.

Todavia, entende-se que disseminar a informação em arte, por meios digitais, é uma forma de ampliar o contato dos mais variados públicos com a produção artística armazenada em coleções importantes, pouco conhecidas pelos público brasileiro. É como se um grande repertório de recursos e de possibilidades de experiências culturais ficassem presos à materialidade, nas reservas técnicas das instituições museológicas, afastadas do público. Fato que poderia ser amenizado se as coleções pudessem apresentar essas obras em seus sítios para livre contato do público.

Para dar conta das questões de pesquisa e verificar se as ideias dos autores citados se aplicam ao caso estudado, o próximo capítulo abordar-se-á aspectos metodológicos desta investigação.

7 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a realização do estudo é de cunho qualitativo, caracterizando-se como uma pesquisa descritiva e exploratória que envolveu duas etapas: a primeira corresponde ao levantamento bibliográfico sobre o tema, buscando pesquisadores e teóricos relacionados à imagem, museologia, virtualização e informação em arte. Na segunda etapa do trabalho, parte-se para um estudo de campo utilizando-se de duas ferramentas para a coleta dos dados: um questionário com questões abertas e um formulário aplicado, respectivamente, aos responsáveis pelas coleções virtuais dos museus e nos sítios das instituições museológicas. O detalhamento da metodologia está explanado a seguir.

7.1 ABORDAGEM E TIPO DE PESQUISA

Partindo das características que o estudo possui, a pesquisa tem um perfil qualitativo de abordagem. A proposta do estudo foi pesquisar sítios das instituições de arte brasileiras, identificando, através deles, quais as características que poderão delinear a constituição do patrimônio virtual de acervos artísticos. Por abordagem qualitativa, Oliveira define:

Entre os mais diversos significados, conceituamos *abordagem qualitativa* ou *pesquisa qualitativa* como sendo um processo de reflexão e análise da realidade, através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou segundo sua estruturação. (OLIVEIRA, 2005, p. 41).

As informações que a pesquisa identificou não contemplam aspectos quantitativos, mas qualitativos. Segundo Gil (2009), a pesquisa qualitativa privilegia

a análise de dados qualitativos levantados por um instrumento de pesquisa. Contempla uma possibilidade maior de cruzamento de dados mais subjetivos, menos quantitativos.

O tipo de tratamento dos dados proposto tem um caráter descritivo e exploratório. Existe a possibilidade de enquadrar a pesquisa como descritiva, pois descreve determinadas características que o objeto empírico apresenta, levanta informações específicas de cada elemento e proporciona um panorama com as informações que foram coletadas, o que vai ao encontro do que Gil (2009) determina para pesquisas desse tipo.

Por outro lado, ela também é de cunho exploratório. Segundo Gil (2009), a pesquisa exploratória é uma aproximação da questão analisada, torna-a explícita e permite a construção de parâmetros novos, de uma visão geral do objeto. É o caso apresentado por este estudo, que sonda a posição das instituições que têm acervos virtuais, em relação à construção e ao estabelecimento de seu patrimônio.

A presente investigação teve como foco as instituições que possuem seus acervos digitalizados, mesmo que parcialmente e disponibilizados na Internet, adotando ferramentas característica da *Web 2.0*.

A digitalização das imagens constitui o que os autores denominam de acervos virtuais - repertórios com dados imagéticos e textuais, que são apresentados em bases de dados, nos sítios das instituições museológicas. Para sondar a constituição dos patrimônios virtuais, nos repertórios identificados, focalizou-se como população as instituições de artes visuais brasileiras, essencialmente museus e centros culturais, que possuem acervos artísticos e que estejam armazenados em bases de dados digitais e com livre acesso na Rede.

As instituições selecionadas para o estudo deveriam apresentar acervos representativos para a população em que estão inseridas. São coleções dos grandes museus públicos, que têm como compromisso social a disseminação de seus repertórios de obras.

Inicialmente, planejou-se abarcar todas as regiões brasileiras. No entanto, como algumas regiões não apresentaram coleções de imagens das obras em suas páginas, foi necessário estabelecer outra estratégia: efetivou-se, então, uma varredura dessas regiões, procurando catálogos *on-line*, sem limitação prévia

quantitativa de museus/região, usando a ferramenta de busca do Google. O resultado obtido, apresentado a seguir, mostra as dez (10) instituições que se enquadraram nos parâmetros determinados pela pesquisa, candidatas, portanto, a serem investigadas.

REGIÃO TERRITORIAL	MUSEU
Região Nordeste	<p>Museu de Arte da Universidade do Ceará – MAUC http://www.mauc.ufc.br/mauc1.htm</p>
	<p>Museu de Arte da Bahia - MAM http://www.mam.ba.gov.br/</p>
Região Centro-oeste	<p>Museu de arte de Goiânia - MAG http://www.goiania.go.gov.br/html/mag/principal.shtml</p>
Região Sudeste	<p>Museu de Arte Moderna da Universidade de São Paulo http://www.mac.usp.br/mac/</p> <p>Instituto Inhotim http://www.inhotim.org.br/p/v/199</p>
	<p>Museu de Arte Moderna Assis Chateaubriand - MASP http://www.masp.art.br/masp2010/</p> <p>Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM/SP http://www.mam.org.br/2008/portugues/default.aspx</p>
Região Sul	<p>Museu de Arte Moderna Ado Malagoli – MARGS http://www.margs.rs.gov.br/acervo_perfil.php</p> <p>Museu de Arte de Santa Catarina – MASC http://www.masc.org.br/</p> <p>Museu de Arte Contemporânea do Paraná http://www.mac.pr.gov.br/</p>

Quadro 1: Instituições Seleccionadas.

Fonte: Dados da pesquisa, setembro de 2010.

Para essas Instituições foram enviados os questionários e também foram dessas instituições que se coletaram os dados, através de formulário desenvolvido especificamente para o estudo, conforme detalhado no próximo item.

7.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para se obter os dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa foi preciso desenvolver dois instrumentos de coleta de dados: um questionário (Apêndice 1) e um formulário (Apêndice 2).

O **questionário** foi encaminhado para ser respondido pelas instituições museológicas de arte, identificando opiniões importantes para a compreensão do fenômeno do patrimônio digital, ou seja, o posicionamento das instituições com relação ao tema. O questionário apresentou questões abertas. Observa-se que para uma pesquisa qualitativa esse instrumento possui vantagens na possibilidade de captar informações pontuais e opiniões mais complexas e amplas por possuir campos abertos.

O questionário foi encaminhado por *email*, juntamente com correspondência que explicava sobre qual era a pesquisa e seus objetivos. Alguns contatos via telefone foram feitos para a confirmação do recebimento do instrumento. Encaminharam-se dez questionários, mas somente quatro retornaram respondidos.

O questionário, segundo Silva e Menezes (2001), compõe-se de uma série de perguntas encadeadas que devem ser respondidas pelo informante, limitadas ao escopo do estudo desenvolvido. Essas questões podem ser abertas ou fechadas. No caso específico se optou por questões abertas uma vez que se desejava captar a opinião dos entrevistados de forma mais ampla. Para os autores, o questionário deve seguir os objetivos da pesquisa e ser redigido de forma clara e direta. Dentre

as vantagens desse instrumento estão as possibilidades de sondar a opinião dos informantes dentro do escopo do estudo. O surgimento de opiniões e informações correlatas, mas importantes aos objetivos da pesquisa, também podem ocorrer. A desvantagem maior é a possibilidade de demora no retorno das questões e a não devolução dos mesmos.

Segundo Denker e Da Viá (2002), o questionário permite maior facilidade na coleta de dados, já que pode ser utilizado sem a presença do entrevistador, podendo ser respondido diretamente pelo entrevistado.

As questões do instrumento foram elaboradas a partir do referencial teórico citado anteriormente e, também, contemplaram aspectos sobre os cuidados direcionados aos repertórios de imagens, dentro dos critérios da proposta da Carta de Preservação Digital da Unesco, sem descuidar dos objetivos específicos definidos para a investigação. Estimou-se perceber, através desse instrumento, as práticas assumidas pelas instituições, identificando sua preocupação com a informação imagética que está em sua guarda. O instrumento foi aplicado no período de dezembro de 2010.

O **questionário** das instituições teve como foco a pesquisa exploratória já citada, que pretendeu averiguar quais os tratamentos direcionados as suas bases de dados, identificando, inclusive, se há preocupação com as questões de preservação e se há o conhecimento da Carta de Preservação Digital da Unesco.

As análises dos questionários respondidos partiram da verificação das respostas agrupadas pelas questões propostas. Assim, pode-se perceber a unidade e a difusão de opiniões acerca dos elementos propostos no instrumento. Essa sistemática permitiu a comparação entre as opiniões relatadas no questionário pelas instituições e as informações coletadas na ficha de observação do sítio.

O **formulário** de análise dos sítios foi criado, tomando-se por base o modelo apresentado na obra de Alexandra Raquel Fernandes Pedro, intitulada “Os museus e a *web* 2.0: os sítios *web* de museus portugueses”, publicada em 2009, que elenca itens que caracterizam o uso, por parte das instituições museológicas, de ferramentas próprias da *web* 2.0, ou seja, que denotam aspectos de interação com o público. Também foram utilizados alguns critérios propostos pela obra organizada por Maria Inês Tomaél, denominada “Fontes de Informação na internet”, publicada

em 2008. Esses critérios tratam da questão da qualidade das fontes de informação na Rede e são, atualmente, muito utilizados no campo da Ciência da informação, para avaliar informações disponibilizadas digitalmente.

Na adaptação do modelo de Pedro (2009) foram reduzidas algumas ferramentas pouco populares no Brasil e incluída análises mais detalhada de itens como o catálogo virtual da coleção e suas características mais específicas, tais como: presença de imagem; características dos dados técnicos das obras; possibilidade de impressão dos dados; utilização das ferramentas para a disseminação do patrimônio virtual.

Os dados coletados pelo formulário foram agrupados por instituição, gerando a planilha apresentada na etapa “Apresentação dos Resultados”. Dentro desse capítulo foram incluídas, também, as informações adicionais identificadas nos sítios dos sujeitos pesquisados.

Após o agrupamento dos dados, a análise teve como base a verificação das características identificadas em todos os sítios dos museus, de acordo com as áreas (módulos) em que se encontrava dividido o instrumento:

- a) Módulo 1: Caracterização Geral dos Conteúdos - Informação logística, Apresentação do Museu, Exposições, Seção Educativa, Compartilhamento de Informações/Comunicação.
- b) Módulo 2: Catálogo.
- c) Módulo 3: Ferramentas *Web 2.0*.

O **Quadro 2** apresenta as etapas de criação do formulário, preenchimento, tabulação e análise crítica. O **Quadro 3** apresenta as etapas dos procedimentos do questionário enviado às instituições, do envio da Carta Convite (Apêndice 3) até a análise crítica.

ETAPAS DO FORMULÁRIO				
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4	ETAPA 5
Levantamento das principais informações e características apresentadas pelo referencial teórico.	A listagem de itens foi testada e algumas das informações foram	Início do preenchimento do formulário.	Tabulação manual dos dados.	Análise e crítica dos dados à luz do referencial teórico.

Com essa análise foi possível compor uma listagem de itens.	acrescidas.			
---	-------------	--	--	--

Quadro 2: Etapas do formulário dos sítios.

Fonte: Dados da pesquisa.

INSTITUIÇÕES – Questionário			
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
Envio da carta convite com o questionário a ser respondido	Reenvio do questionário para os participantes que não o devolveram dentro do prazo	Recebimento e tabulação das respostas	Análise e crítica dos dados à luz do referencial teórico

Quadro 3: Etapas do questionário de dados sobre os sítios.

Fonte: Dados da pesquisa.

8 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E CRÍTICA DOS DADOS

As informações coletadas pelos instrumentos serão apresentadas por tipo de instrumento utilizado na pesquisa. Dessa forma, inicialmente apresentar-se-ão os dados coletados através do formulário, seguindo-se da análise e crítica dos referidos dados. Na sequência, apresentam-se os dados coletados pelo questionário também seguidos de sua análise e crítica.

8.1 FORMULÁRIO

Os dados apresentados a seguir foram coletados através de um formulário aplicado a cada sítio das instituições selecionadas para a pesquisa. A tabela é composta de pontos de checagem em variadas áreas dos sítios. As grandes áreas são:

a) Caracterização Geral dos Conteúdos: setor da tabela que elenca informações relacionadas à(s): informações logísticas, apresentação do Museu, Exposições, Seção Educativa, Compartilhamento de informações/Comunicação;

b) Catálogo: área destinada à checagem de dados relacionados ao catálogo virtual da instituição: Imagem das obras, Ampliação, Nitidez, Ficha Técnica, Lista de Artistas, Biografias, Outras Obras do artista na Coleção, Impressão dos Dados e Ferramentas de Pesquisa;

c) Ferramentas Web 2.0: área do formulário que identifica a presença do sítio da instituição nas principais redes sociais atuais. Denomina-se *Web 2.0* por ter a

característica de possibilitar a interação do público com o museu através da produção colaborativa de conteúdos e da troca de informações.

8.1.1 Museu de Arte da Universidade do Ceará – MAUC



Figura 1: Sítio do Museu de Arte da Universidade do Ceará

Fonte: <http://www.mauc.ufc.br/>

8.1.1.1 Caracterização Geral dos Conteúdos

a) Informação logística: apresenta as informações básicas para contato com a instituição e horários. Não apresenta informações sobre formas de acesso, tais como transporte e mapas de localização gráfica do museu. Não possui informações sobre custos de acesso, assim como também não apresenta dados referentes à acessibilidade nas instalações;

b) Apresentação do museu: expõe informações sobre suas coleções, dados gerais

sobre a instituição e sobre o catálogo virtual;

c) Exposições: apresenta informações gerais sobre a exposição que está ocorrendo nas instalações da instituição. Não mostra visitas virtuais aos recortes específicos ou simulação de instalações pelo meio virtual;

d) Seção educativa: informa sobre o projeto educativo, explanando em linhas gerais, mas não exhibe atividades *online*, como propostas pedagógicas passíveis de serem utilizadas por educadores a distância;

e) Compartilhamento de Informações/Comunicação: expõe novidades e calendário de eventos, divulgando as atividades desenvolvidas pela instituição, relacionando datas, locais e temas abordados. Não possui serviços de divulgação de atividades, tais como *newsletters*, *mailing list*. Não indica, também, a utilização de *chat* ou fórum de discussão.

8.1.1.2 Catálogo

Apresenta a visualização da coleção ou de parte dela, já que não informa o quanto da coleção está representada no catálogo - se a totalidade, ou parte dela.

Há possibilidade de ampliação das imagens para melhor visualização, mas com perda de qualidade. Com a imagem, apresenta uma ficha técnica com os dados básicos da obra, tais como autor, técnica, ano e título.

Cada área de categoria elencada vem acompanhada de um breve histórico, explicando com informações básicas o que significa cada modalidade.

Possui uma lista dividida em coleções nas quais são elencados os grupos que se enquadram em cada linha. Relaciona outras obras do mesmo artista, bem

como outros artistas que possuem obras dentro das categorias estabelecidas.

Não apresenta ferramenta específica para impressão, ainda que a visualização possa ser copiada.

Dentro do sistema, em que o catálogo se organiza por categorias e coleções é possível pesquisar não havendo instrumento específico para busca livre, somente por meio de listagens.

8.1.1.3 Ferramentas *web* 2.0

Não está inserido em nenhuma das ferramentas de compartilhamento de informação e de interação com o público, ou seja, está fora das redes sociais e de grupos colaborativos de informação.

8.1.2 Museu de Arte Moderna da Bahia – MAM BA



Figura 2: Sítio do Museu de Arte Moderna da Bahia

Fonte: <http://www.mam.ba.gov.br/>

8.1.2.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informação logística: informa apenas sobre contato e horários de atendimento. Não há mapa da instituição no sítio, somente no blog que possui *link* na página de entrada do museu. Não traz informações sobre locomoção, transporte, custos ou acessibilidade do prédio;

b) Apresentação do museu: expõe informações gerais sobre a instituição e sobre suas coleções. O museu físico possui uma área expositiva externa chamada Parque das Esculturas. Não comenta nada específico sobre a existência de uma base de dados, mas na aba Acervo é possível identificar algumas obras da instituição;

c) Exposições: traz grande destaque para as exposições que estão ocorrendo atualmente e também lista todas as exposições ocorridas desde 2007. Não apresenta a imagem das obras que compuseram as exposições relacionadas;

d) Seção educativa: a aba Arte Educação lista todos os projetos que estão sendo desenvolvidos pela instituição. Não contém atividades *online* que explore o ambiente da Rede para desenvolver ações;

e) Compartilhamento de informação/comunicação: relaciona as atividades que estão ocorrendo, tais como exposições e palestras. Possui serviço de divulgação de informações, tais como *newsletter*, *mailing list*, mas não possui *chat* ou fórum.

8.1.2.2 Catálogo

Apresenta imagem das obras, com possibilidade de ampliação com qualidade. Cada obra possui sua ficha técnica com os dados da obra e do artista. Relaciona, também, outras obras do artista na coleção.

O catálogo não dispõe de recursos automáticos de impressão. Não existe uma ferramenta específica para a pesquisa dentro do sítio.

8.1.2.3 Ferramentas web 2.0

Possui ampla inserção nas redes sociais tendo participando das ferramentas de interação com o público, dentre elas *blog*, MySpace, Flickr. Não demonstra no sítio estar cadastrado no Youtube nem Feeds, somente no Orkut.

8.1.3 Museu de Arte de Goiânia – MAG

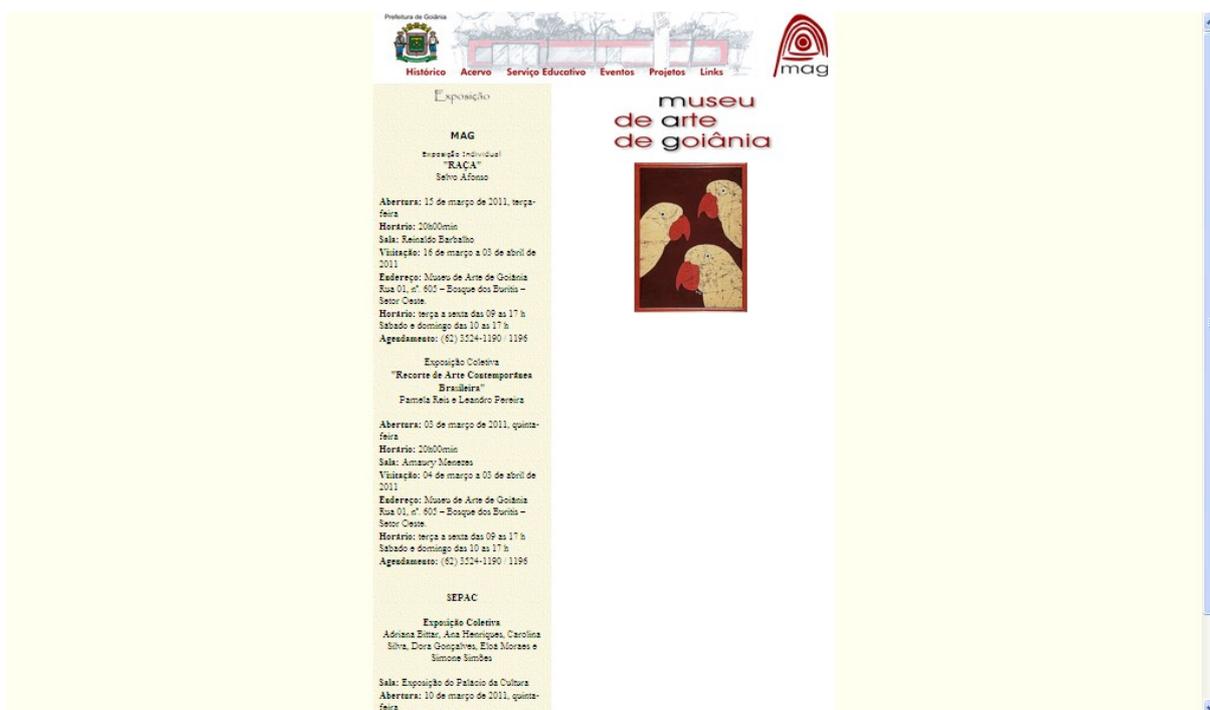


Figura 3: Sítio do Museu de Arte de Goiânia

Fonte: <http://www.goiania.go.gov.br/html/mag/index.htm>

8.1.3.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informação logística: a entrada do sítio apresenta informações sobre formas de contato e horários de funcionamento. Não traz orientações sobre acesso ao museu físico, como transportes públicos, mapas de localização ou dicas, nem dados sobre acessibilidade e também não apresenta custos de visitação;

b) Apresentação do museu: fornece informa es gerais sobre a institui o, a cole o e um repertório de dados sobre as obras;

c) Exposi es: a página inicial o sítio traz a lista das exposi es que estão ocorrendo no momento. Não apresenta exposi es virtuais montadas para o sítio, nem no caso das que estão ocorrendo no momento. Ainda assim, possui uma aba denominada Exposi es para informar com maior detalhamento a programa o;

d) Se o educativa: inclui informa es gerais, mas não dispõe de atividades pedagógicas no ambiente da *web* para acesso e manipula o pelo sítio;

e) Compartilhamento de informa es/comunica o: relaciona as novidades e o calendário de evento. Não apresenta no sítio informa es sobre uso de *newsletter*, *mailing list*, *chat* ou fóruns.

8.1.3.2 Catálogo

Possui uma aba denominada Acervo que informa sobre as obras da cole o.   possível ver a imagem das obras, ampli -las e identificar os dados técnicos de cada uma delas. Possui lista de artistas e biografia. Apresenta, também, outras obras do artista no acervo e ferramentas de pesquisa. Não há ferramenta específica de formata o para impressão.

8.1.3.3 Ferramentas *web* 2.0

Não está inserida em nenhuma ferramenta de interação com o público. Não há informações sobre a conexão com *blogs*, Facebook, Flickr, ou qualquer outra rede social.

8.1.4 Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo



Figura 4: Sítio do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo

Fonte: <http://www.mac.usp.br/mac/>

8.1.4.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informações logísticas: traz informações para contato, horários, transporte público para o local e mapa com a localização geográfica do museu. Informações sobre custos da visitação são localizadas dentro da aba Exposições. Não inclui mapa de localização dentro do sítio nem informações sobre acessibilidade;

b) Apresentação do museu: o museu demonstra na página inicial informação sobre o histórico da instituição. Na aba Acervo há uma visualização das obras da coleção, através de um catálogo virtual;

c) Exposições: relaciona informações gerais sobre as exposições que estão ocorrendo. Não há aplicações específicas como visitas virtuais a exposições dentro do sítio. Somente dados sobre as exposições físicas;

d) Seção educativa: possui uma aba específica para o setor educativo dentro das exposições. Não possui atividades educativas *online*;

e) Compartilhamento de informação/comunicação: mostra as novidades e o calendário de eventos. Está vinculado aos serviços de divulgação. Possui *newsletter* e *mailing list*. Não se encontrou vinculação institucional relacionada a *chat* e fórum.

8.1.4.2 Catálogo

Possui imagem de obras com possibilidade de ampliação da imagem, com perda de qualidade. Cada obra é acompanhada de sua ficha técnica, com informações básicas. Possui lista de obras do artista na coleção, como também de outros artistas. Não há ferramenta específica para impressão da imagem com os dados da obra, como um folheto. É facilitada a busca de informações através de um campo de pesquisa.

8.1.4.3 Ferramentas web 2.0

O sítio apresenta cadastro no Facebook e no Twitter. Não há citação direta no sítio sobre a existência de um blog, ou vinculado ao Myspace, Flickr ou Youtube.

8.1.5 Instituto Inhotim



Figura 5: Sítio do Instituto Inhotim

Fonte: <http://www.inhotim.org.br/>

8.1.5.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informação logística: traz informações para contato, horários de atendimento, transportes para acesso ao local, mapa com localização geográfica, preços das atividades, acessibilidades do museu e mapa das instalações;

b) Apresentação do museu: as coleções são citadas na página inicial com informações gerais e características específicas do perfil institucional. Apresenta, também, um repertório de dados sobre as obras, denominado Acervo, dentro da aba Arte Contemporânea;

c) Exposições: relaciona informações sobre as exposições que estão ocorrendo na instituição, havendo uma coletânea específica para o sítio. Não apresenta visita virtual a galerias da instituição, como um espaço utilizado somente para essa finalidade;

d) Seção educativa: inclui uma seção específica para as atividades educativas. Nessa aba, denominada Educativo, os projetos da instituição são detalhados e é possível acessar dados e contatos sobre a biblioteca;

e) Compartilhamento de informação/comunicação: oferece a listagem de todas as atividades que estão ocorrendo, tanto as relacionadas à arte, como as que tratam de questões ambientais, já que o Instituto Inhotim está instalado dentro de um jardim botânico. Há possibilidade de cadastro na *newsletter* e no *mailing list*. Há um setor específico para comunicação denominado Imprensa. Nessa aba se pode acessar o *clipping* com notícias de jornais sobre arte e sobre o Instituto, publicações e as redes sociais das quais o instituto pertence. Nessa área também é possível programar o agendamento para visitação.

8.1.5.2 Catálogo

O sítio disponibiliza imagens da coleção, com possibilidade de ampliação em boa qualidade. Cada imagem é acompanhada de sua respectiva ficha técnica, com dados sobre a obra apresentada. Cada artista possui uma breve biografia. É possível conhecer outras obras de cada artista no acervo, mas não há uma ferramenta de formatação para impressão dos dados. Também não há uma ferramenta de busca de dados dentro do acervo, mas se podem localizar artistas

pela ordem alfabética de nome ou pelo título da obra. Dentro da aba Acervo também é possível pesquisar textos de curadores.

8.1.5.3 Ferramentas *web* 2.0

O Instituto está cadastrado nas seguintes redes sociais: Flickr, Twitter, Blogspot, Youtube e Facebook. O que permite afirmar, portanto, que está presente nas principais redes sociais da atualidade.

8.1.6 Museu de Arte Moderna Assis Chateaubriand – MASP



Figura 6: Sítio do Museu de Arte Moderna Assis Chateaubriand

Fonte: <http://masp.art.br/masp2010/>

8.1.6.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informação logística: no sítio do Masp se localizam informações sobre contatos, horários do museu, formas de acesso via transporte público, mapa com sua localização geográfica. Mostra, também, custos da visitação, bem como descontos possíveis e não traz informações sobre acessibilidade das instalações;

b) Apresentação do museu: elenca informações sobre as coleções, tanto do histórico institucional a origem e características do museu, quanto do perfil do acervo, as formas de aquisição e principais obras da coleção. Nessa página é possível visualizar parte do acervo, como uma base de dados para consulta *online*;

c) Exposições: apresenta dados sobre as exposições que estão ocorrendo no momento, mas não dispõe de visitas virtuais a galerias ou exposições; Importante ressaltar a aba Zoom Art, ferramenta que permite a visualização de pinturas através de *zoom*, detalhando com bastante precisão aproximações das imagens das obras.

d) Seção educativa: possui uma aba específica sobre o projeto educativo do museu. Denomina-se Serviço Educativo e é onde estão apresentadas todas as atividades educacionais produzidas ou ocorridas no Masp. Interessante destacar a variedade de formações que o museu fornece, atendendo a variados públicos; Não há aplicativo pedagógico *online*, específico para manipulação, por parte do público, via sítio do museu;

e) Compartilhamento de informações/comunicação: o sítio disponibiliza calendário de eventos, serviços de divulgação das atividades, *newsletter* e *mailing list*. Não informa se utiliza *chat* ou fórum de discussão.

8.1.6.2 Catálogo

Apresenta na aba Acervo o catálogo virtual de obras da instituição. Nessa seção é possível visualizar um breve histórico da coleção do Masp. Podem-se elaborar buscas através de uma ferramenta de texto livre e através das letras iniciais do nome do artista. Localizada a obra, é possível visualizar sua imagem, dados técnicos e a ampliação da mesma com boa qualidade. Permite pesquisar também por categorias de obras (temas) e por categorias técnicas. Há como localizar obras de um mesmo artista na coleção.

No canto inferior direito da página é possível gerar uma impressão da ficha técnica, com imagem da obra.

8.1.6.3 Ferramentas web 2.0

O sítio apresenta cadastro no MySpace e no Facebook. Também participa do Twitter, utilizando-o como veículo de disseminação de pequenas notícias.

8.1.7 Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM/SP

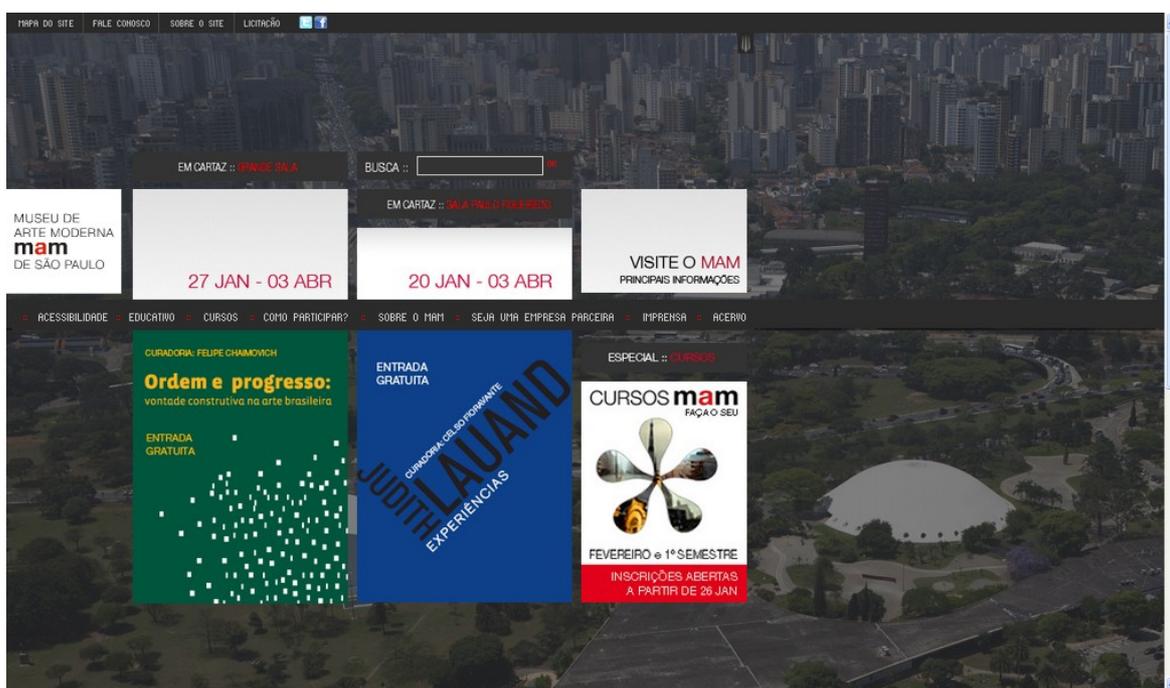


Figura 7: Sítio do Museu de Arte Moderna de São Paulo

Fonte: <http://www.mam.org.br/>

8.1.7.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informação logística: disponibiliza dados sobre formas de contato, horários, transporte, público preços para acesso nas diferentes atividades e informações sobre acessibilidade nas instalações da instituição. Não traz mapa de localização;

b) Apresentação do museu: na primeira página pode-se visualizar a aba Sobre o MAM. Nesse espaço é detalhada a história do MAM, com imagens e textos explicativos organizados em ordem cronológica. As informações sobre a coleção estão na aba denominada Acervo;

c) Exposições: na página de entrada traz informações sobre as exposições que estão ocorrendo no momento. Não foram localizadas exposições virtuais. Supõe-se que o material que é apresentado sobre as obras constitui um repertório de amostragem do acervo, já que não determina quanto do acervo está no sítio;

d) Seção educativa: no sítio do MAM/SP, a aba Educativo apresenta os projetos educacionais da instituição para os variados públicos. Nessa aba é possível agendar visitas. Não foi localizado nenhum tipo de atividade pedagógica via sítio para uso do público;

e) Compartilhamento de informações/comunicação: o sítio apresenta seu calendário de atividades, com chamada especial na página de entrada. Tem com o maior destaque as exposições que estão ocorrendo no momento. É possível o cadastro na *mailing list*, na aba Contato. Não apresenta, diretamente na página, a possibilidade de participação em *newsletter*, *chat* ou fórum.

8.1.7.2 Catálogo

O catálogo da instituição está na aba Acervo. Nessa seção é possível efetuar buscas pelo nome dos artistas. As pesquisas por título, categoria e período são indicadas na página, mas não estão acessíveis.

Pode-se visualizar a lista de artistas do acervo e suas obras. Acessando o *link* da obra, visualiza-se a imagem e sua respectiva ficha de dados técnicos. Quando acessada a imagem, é possível a ampliação com boa qualidade, mas sem os dados técnicos. Não há ferramenta específica que permita impressão da imagem.

8.1.7.3 Ferramentas *web* 2.0

O museu possui indicação de cadastro no Facebook e no Twitter. Não utiliza outras ferramentas de acesso e interação com o público.

8.1.8 Museu de Arte Moderna Ado Malagoli – MARGS



Figura 8: Sítio do Museu de Arte Moderna Ado Malagoli

Fonte: www.margs.rs.gov.br/

8.1.8.1 Caracterização geral dos conteúdos

a) Informação logística: o sítio do Margs informa na página de entrada as informações sobre contatos e horários. Demonstra, também, mapa com localização geográfica do museu e planta baixa na aba A instituição. Não indica transportes públicos para acessar o museu físico ou informações sobre acessibilidade;

b) Apresentação do museu: na página inicial, a aba A instituição, é apresentada a história do museu e as plantas baixas das instalações. A apresentação do acervo na forma de coleção virtual é mostrada na aba Acervo;

c) Exposições: as informações sobre as exposições que estão ocorrendo estão na primeira página do sítio;

Ressalta-se, como uma característica bastante marcante do Margs, a possibilidade de visitar exposições que ocorreram, através de um *tour* virtual pelas instalações do museu. Esse *tour* possibilita um deslocamento pelos corredores do museu e pelas salas expositivas. Dentro do espaço expositivo, o deslocamento é livre em 360°, com possibilidade de foco nas obras. As ampliações das obras apresentam imagem em boa resolução e sua respectiva ficha técnica;

d) Seção educativa: exhibe um histórico das atividades educativas, denominadas Ação Educativa. Nessa aba, em ordem cronológica, ilustrada com fotografias, a história das ações educativas do museu são relatadas, desde sua inauguração. É possível fazer o agendamento para visitas de grupos nessa aba, bem como verificar o detalhamento dos projetos que estão sendo desenvolvidos pelo Margs;

e) Compartilhamento de informações/comunicação: as novidades e o calendário de atividades que estão ocorrendo são visualizadas na primeira página do sítio. As

informações sobre os eventos e as ações podem ser encaminhadas, via *newsletter*, cadastrável na aba Imprensa. Os *releases* produzidos sobre o museu são listados e podem ser consultados também na aba Imprensa.

O *link* contato não está acessível. Não apresenta indicação de *chat*, nem fórum.

8.1.8.2 Catálogo

É possível pesquisar pela técnica, pelo sobrenome do autor ou pela lista completa. Alguns artistas exibidos possuem um dossiê com informações biográficas e também todas as obras que o autor possui na coleção.

O catálogo virtual do Margs apresenta uma seleção de obras com imagem e possibilidade de ampliação. Ao ampliar, a qualidade da reprodução é mantida. As obras estão listadas abaixo do seu respectivo autor, com seus dados técnicos. Ao acessar o texto, na forma de *hiperlink*, a imagem é ampliada, mas sem os dados técnicos.

Não está disponível formatação para impressão da ficha com a imagem da obra e seus dados técnicos.

8.1.8.3 Ferramentas *web 2.0*

O Margs só utiliza o Twitter como ferramenta de interação. As demais redes sociais não estão elencadas em nenhuma parte do sítio.

8.1.9 Museu de Arte de Santa Catarina – MASC



Figura 9: Sítio do Museu de Arte de Santa Catarina

Fonte: www.masc.org.br/

8.1.9.1 Caracterização dos conteúdos

a) Informação logística: na página inicial são apresentadas as informações básicas de contato e mapa de localização do museu. Não oferece horários, formas de acesso, custos de visitação ou informações de acessibilidade. O museu está temporariamente fechado ao público;

b) Apresentação do museu: na página inicial são mostradas algumas notícias relacionadas ao museu, com chamada especial ao projeto educativo;

A presença de uma aba central marca destaque para a Visita Virtual. Nessa mesma ferramenta é possível acessar informações sobre jogos, a Ação educativa e uma área para pesquisa.

Na parte superior da primeira página, podem-se verificar *links* para o Institucional, Núcleos do Masc, Acervo *On-line*, Publicações, Exposições, Notícias e Contato.

c) Exposições: possui uma aba específica para a informação das exposições com calendário e lista de dados sobre o evento. Como a instituição não está aberta ao público no momento, não há dados atualizados;

Não há exposição virtual, montada especificamente para o sítio, mas sim uma visualização da coleção.

d) Seção educativa: a seção educativa é denominada Ação Educativa. Nesse *link* pode-se acessar um histórico das ações desenvolvidas pelo Museu, bem como os principais projetos desenvolvidos na Instituição. Como não está aberto ao público no momento, não existe informação sobre atividades atuais.

Destaque especial para a aba Jogos. Essa parte do sítio apresenta três jogos com informações visuais sobre obras de arte da coleção. São jogos interativos em que o público pode acessar a atividade, tendo também contato com as obras.

e) Compartilhamento de informação/comunicação: possui listagem de eventos e apresentação de um calendário no qual são lançadas as informações sobre os eventos. Possui serviço de disseminação de informações dos eventos via Twitter. Não informa sobre *newsletter*, *chats*, ou fóruns.

8.1.9.2 Catálogo

No setor Acervo *Online* é possível pesquisar por autor, técnica, ou título da obra. A pesquisa retorna com dados das obras (ficha técnica) na forma de *hiperlinks* que levam ao acesso à obra. Nesta mesma aba é possível verificar as outras obras

que o Museu possui, do mesmo artista. Acessando a imagem das obras apresentadas é possível visualizar uma ampliação com boa qualidade. Não possui formatação para impressão. Não possui biografia dos artistas.

8.1.9.3 Ferramentas *web* 2.0

O sítio do Masc apresenta cadastro no Twitter e Rss.

8.1.10 Museu de Arte Contemporânea do Paraná – MAC Paraná



Figura 10: Sítio do Museu de Arte Contemporânea do Paraná

Fonte: www.pr.gov.br/mac/

8.1.10.1 Caracterização Geral dos Conteúdos

a) Informação logística: na página inicial são apresentadas informações básicas sobre contato com a instituição, endereço, telefones, horários e custo da visitação. Na segunda página há o *link* localização que remete a um mapa geográfico com

formatação para impressão. Não foi localizado, no sítio, informações sobre transporte público, nem sobre acessibilidade;

b) Apresentação do museu: possui informações sobre a coleção e dados gerais sobre o Museu. Na aba Inicial apresenta as atividades que estão ocorrendo. Na aba Museu é detalhado o histórico da instituição, equipe e espaços para exposição. Na aba Acervo é apresentada a coleção e os artistas que fazem parte do repertório de autores que pertencem a Instituição;

c) Exposições: na aba Exposições são relatadas as exposições que estão em aberto e uma cronologia das exposições ocorridas no Museu. Não há visitas virtuais ou materiais informacionais, como reproduções de obras sobre a exposição, para uso no ambiente virtual;

d) Seção educativa: A aba Ação Educativa indica a possibilidade de visitas orientadas e dados para contato. Não apresenta projeto educativo nem materiais pedagógicos especiais para o ambiente virtual;

e) Compartilhamento de informações/comunicação: apresenta a listagem de exposições que estão ocorrendo e o histórico dos eventos que já passaram pelo Museu. É possível pesquisar notícias sobre a instituição e temas relacionados.

Possui cadastro para *newsletter* e *mailing list*. Não indica o uso de *chats* ou fórum.

8.1.10.2 Catálogo

É possível consultar a lista de artistas do acervo no *link* Acervo/Artistas do Acervo. O ordenamento é através de lista alfabética de nome do autor. Ao acessar a letra, a lista completa dos artistas que iniciam o nome com aquela letra é apresentada. Constatou-se que somente alguns possuem *hiperlink* para a imagem

da obra. Quando é acessada, a imagem da obra é apresentada com seus dados técnicos.

Há uma área em que todas as imagens que o acervo possui são mostradas em miniatura. A imagem pode ser gravada no computador, mas os dados técnicos não acompanham a visualização.

8.1.10.3 Ferramentas *web* 2.0

O sítio do Masc não informa a utilização de nenhuma rede social.

8.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DO FORMULÁRIO

Os dados coletados pelo formulário são apresentados nesta etapa do estudo, conforme o detalhamento a seguir. Encontram-se divididos nos três módulos básicos definidos no instrumento de coleta de dados: Caracterização Geral dos Conteúdos; Catálogo e Ferramentas *Web* 2.0.

8.2.1 Caracterização Geral dos Conteúdos

A área do formulário que elenca dados sobre a **Caracterização Geral de Conteúdos** identifica Informações Logísticas, Apresentação do Museu, Exposições, Seção Educativa e Compartilhamento de informações/Comunicação.

O levantamento dos dados permitiu localizar, nos sítios das instituições pesquisadas, características bastante comuns. Praticamente todos os sítios

possuem informações de contatos via telefone ou correio eletrônico e informações gerais sobre horários. Tais características foram identificadas em estudos semelhantes como o de Devine (2009), em museus da Escócia, em que os elementos mais presentes, constatados nos sítios (em ordem de frequência), foram os de *email*, a missão da instituição, as atualizações, sendo que o que menos foi encontrado relaciona-se a serviços, especialmente os *FAQs*, que poderiam servir como um canal de interação com o público.

Essa propriedade de expor elementos de contato reforça a imagem de que os sítios dos museus têm o papel de servir de apoio para a divulgação de informações básicas sobre a instituição museológica física. Essas orientações mais gerais de acesso foram identificadas nas questões de **Informações logísticas**.

Característica que mais chamou a atenção, ainda neste bloco, foi a ausência de informações sobre formas de acessar, via transporte público, a instituição física. Muitos museus apresentam apenas o endereço e o telefone, nenhuma informação adicional, o que acaba por dificultar o acesso de pessoas que não tem familiaridade com a localização geográfica da instituição, em especial estrangeiros ou moradores de outras localidades. Informações desse tipo poderiam ser consideradas como essenciais para a completude das referências, facilitando o acesso ao local. Tomaél (2008) enquadra essa tipologia de informações como “aspectos intrínsecos”, ou seja, aqueles relacionados à disponibilidade de conteúdos voltados ao propósito dos usuários e, consecutivamente, da instituição, facilitando a aproximação do público ao museu.

Alguns sítios apresentam com destaque esse grupo de informações logísticas mais gerais. Schweibenz (2004) classifica esse tipo de museus como “museu folheto”, como uma das formas mais breves de publicação de sítios na *web*. São sítios pouco equipados em termos de possibilidades de informação, apenas configurando um papel de “presença” na Rede, sem maior comprometimento com interatividade ou disseminação de materiais informacionais para o público.

Museus em cidades com grande número de habitantes, como o Museu de Arte da Universidade do Ceará – MAUC, Museu de Arte da Bahia – MAM ou Museu de Arte de Goiânia – MAG, não apresentam mapas que facilitam a localização de suas instalações. A falta de informações dificulta o acesso e, nesse caso, também

não há orientações sobre acessibilidade.

O tópico **Apresentação do Museu**, listado no formulário, apresentou que a maior parte das instituições disponibiliza informações gerais sobre as suas coleções, dados de histórico institucional e catálogo virtual. Relacionando com os dados apresentados no tópico anterior sobre as informações logísticas, as informações desse tipo são as mais frequentes na maioria dos sítios. A ênfase das instituições é a representação dos serviços básicos e de informações mais gerais. Essa situação foi afirmada por Oliveira (2008), quando constatou em seu estudo que os museus brasileiros utilizam seus sítios como um grande “painel” no qual apenas fixam suas informações institucionais. Aspecto que ainda é bastante presente, confirmado pelo presente estudo.

Essa verificação tem apoio em Santos (1998), que aponta para a necessidade de conteúdos em plataformas digitais, permitindo a aproximação da sociedade brasileira, tão carente no âmbito da informação sobre artes visuais.

No tópico **Exposições**, a constatação é que a maior parte das instituições apresenta dados sobre os eventos que estão ocorrendo, com textos explicativos e alguma referência visual sobre a exposição, mas não é ressaltada a apresentação de coletâneas sobre as exposições, nem aplicações virtuais que possibilitem a experiência com a exposição através da imagem.

O Museu de Arte Moderna Ado Malagoli – MARGS mostrou-se como a única instituição que apresentou uma exposição virtual no sítio. A exposição já ocorreu e, antes de sair do período de visitação, foi fotografada. A visita guiada permite a circulação pelas instalações do MARGS e pelas salas da exposição. É possível visualizar as obras com ampliação e ficha técnica. Constata-se, nessa iniciativa do MARGS, o bom aproveitamento dos recursos tecnológicos, gerando mais acessos e oportunizando o público a usufruir da exposição. Suano (1986) já apontava que os novos conceitos de museu vêm ampliando-se, na valoração dos “produtos da ação cultural humana”, mas nota-se que são poucas iniciativas institucionais nos museus brasileiros.

Na **Seção Educativa**, a totalidade das instituições apresenta informações sobre sua programação e seus projetos. Algumas instituições resgatam, inclusive, de forma cronológica, os principais projetos já desenvolvidos. O que não ocorre é a

disponibilização de informações voltadas aos professores, tais como materiais produzidos para esse fim, coletâneas de imagens ou textos elaborados para a interação com escolares.

Nesse tópico, merecem especial destaque o Museu de Arte de Santa Catarina – MASC que, apesar de estar temporariamente fechado para a visitação, possui três jogos interativos com as obras do acervo. Essa aplicação não está diretamente submissa à aba Ação Educativa, mas está ao lado do *link*.

O que interessa ressaltar nessa iniciativa do MASC é a possibilidade de interagir, ainda que de forma lúdica e controlada, com o acervo. São jogos que utilizam informações e imagens da coleção do museu. As demais instituições não possuem esse recurso, fato que impede, também, que os professores, e o público em geral, possam familiarizar-se com a arte, através de recursos tecnológicos. A atividade disponibilizada pelo MASC vem ao encontro das colocações de Almeida (2006) quando registra que as atividades museológicas passam por profundas transformações com o desenvolvimento das TIC e a apropriação adequada das instituições no uso das ferramentas que a tecnologia dispõe, atualmente, é benéfica, já que barreiras de espaço e de tempo são rompidas com a fluidez da informação que circula pelas redes.

A importância das ações educativas já foi amplamente discutida para a formação de públicos. No entanto, é conveniente retomar as ideias de Bourdieu e Darbel (2003) quando afirmam que a necessidade cultural é gerada como produto da educação. A obra “O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público”, desses autores quando analisam a frequência dos públicos franceses aos museus, constatam que o público mais culto é o mais presente. Daí a importância da criação de suportes educacionais para a disseminação da arte e da cultura e a respectiva aproximação com o público.

Quanto ao **Compartilhamento de informações/comunicação**, a grande maioria das instituições apresenta seus calendários de atividades e todas as ações culturais que estão ocorrendo. Algo chama atenção no que diz respeito à disseminação desses conteúdos: algumas apresentam um cadastro para *newsletter* ou *mailing list*, mas não são todas, o que leva a questionar porque as instituições ainda não se utilizam de recursos como esses, que podem ser considerados de

baixo custo, para disseminar informações que são essenciais para atrair o público e incentivar sua participação na atividades do museu. Partindo da análise do contexto, percebeu-se que as ações ocorrem, muitas produzidas com verbas públicas e não tem a devida divulgação. O planejamento do uso de recursos desse tipo deve contemplar processos de comunicação e de disseminação dos conteúdos produzidos.

Sobre os meios no contexto atual, Thompson (2008) afirma que as relações de espaço e tempo a muito se romperam com o uso compartilhado de recursos de comunicação; os padrões de comunicação atuais criam novas formas de ação e interação, assim a produção de conteúdos, antes regional, agora extrapola dimensões físicas. O uso de recursos simples como *newsletter*, *chats* e das redes sociais, hoje pode ampliar o escopo de comunicação com o mundo todo e sem que esse investimento seja tão alto. Ao constatar que as instituições brasileiras ainda estão em patamares muito básicos, questiona-se que, apesar das facilidades encontradas para o uso de ferramentas dinâmicas, nota-se uma contradição: as instituições possuem páginas na rede, mas não usufruem das ferramentas que estão disponíveis. É como se possuíssem o veículo mais eficaz, mas se subestima sua capacidade.

Os sítios dos museus brasileiros, em sua grande maioria, utilizam os recursos da *web* apenas como um folheto virtual, um panfleto acessível pela rede, ignorando todas as demais potencialidades que podem ser usufruídas sem maiores custos. É necessário salientar, além disso, que os recursos de disseminação citados são menos potentes e abrangentes do que os recursos de compartilhamento de dados da Rede atual, como se discorreu no referencial teórico, ao se comentar a *Web 2.0* e as ideias de Tim O'Reilly.

Acredita-se que as instituições não se utilizam de fóruns de discussão, nem de *chats* para interagir com os seus públicos, uma vez que nenhuma indicação desse tipo foi encontrada na análise de seus sítios. No entanto, essas ferramentas são fáceis de serem constituídas e são também um bom recurso de interação com o público.

O uso de variados recursos presentes em equipamentos de comunicação como celulares, por exemplo, é bastante difundido nos museus do exterior. Tal

situação – já identificada por Jenkins (2008), quando afirmou que as mídias que são cada vez mais convergentes, potencializam a comunicação na sociedade com equipamentos simples utilizados no cotidiano. Ainda não foi vivenciada pelos museus brasileiros, que não investiram na criação de estratégias voltadas para essas tecnologias e suas convergências já estabelecidas. Esses recursos podem ser usados pelo público como forma de acesso, mas as instituições não apresentaram rotinas específicas para essas mídias.

8.2.2 Catálogo

A análise relativa à área de catálogo, no formulário, tem por objetivo verificar as questões relacionadas ao catálogo virtual das instituições. Os termos que designam esse setor são muito variados, sendo denominado Acervo Online, *Catálogo Online*, ou simplesmente *Acervo*.

Os pontos de análise dessa área são: Imagem das Obras, Ampliação da imagem, Nitidez, Ficha Técnica, Lista de Artistas, Biografia, Outras Obras do Artista no Acervo, Impressão dos Dados, Ferramentas de Pesquisa. Alguns dos elementos que foram utilizados partem das ideias propostas por Tomaél (2008), quando explana sobre a qualidade do conteúdo dos sítios na Rede.

Nessa área foi constatada uma grande variedade de soluções que as instituições desenvolveram para exibir suas coleções. Os acervos que os museus virtuais apresentam, geralmente representam um recorte da coleção total. No entanto, não é informado exatamente o quanto da totalidade do acervo que está representado. Essa situação dificulta as possibilidades de análise do que seria um *corpus* do acervo das instituições, além de apresentar dados parciais, o que se pode considerar um ponto negativo na qualidade da informação fornecida.

Ao refletir com Dubois (1993), quando afirma que os papéis da imagem da obra de arte cumprem duas facetas: o de registro e o de representação lembra-se de que os elementos imagéticos dos catálogos devem ser considerados como os mais importantes, já que eles trazem, em suas possibilidades, o entendimento, a

interação e a representação de uma coleção na forma digital.

Verificou-se que a totalidade das instituições disponibiliza imagens de suas obras. O que não ocorre com todas é a preocupação com a qualidade dessas imagens. Em muitos casos, a ampliação da imagem ressalta a baixa qualidade do registro visual, o que prejudica a visualização mais detalhada. Sendo assim, não há preocupação com o critério representação, proposto por Tomaél (2008), quando expõe que o formato, a adequação e a representação são essenciais como elementos de qualidade. Outro fator que é ignorado é o que Sontag (2004) preconizou ao afirmar que a imagem é um testemunho de seu objeto, proporcionando, através desse, a sua subjetividade. Como isso pode ocorrer com distorções visuais ou com a impossibilidade de ampliação para visualização de detalhes? Como se pode adequar o processo de disseminação, preservação, como Loureiro (2004) propõe, quando coloca a imagem dentro do contexto do patrimônio? Acredita-se que há perdas, especialmente no mercado simbólico, já que tais valores não são fiéis enquanto representação imagética. Ocorreu a desmaterialização, como colocado por Meneses (2007), dentro dos focos de implantação dos *web* museus, mas a perda de qualidade põe em questão a situação.

Ainda tratando de patrimônio, reflete-se também sobre como esses repertórios, localizados nos catálogos virtuais, podem consistir em reais recursos preservados de informações ou metadados das imagens, e em especial, no caso dos dados sobre as obras. Esses elementos foram analisados na checagem dos dados das Fichas Técnicas.

Na checagem do item Ficha Técnica, podem-se visualizar bons elementos informacionais sobre as obras, mas o grande problema percebido nos catálogos foi a impossibilidade de geração de formatos mais simplificados que contemplasse, além de uma imagem em boa resolução, a ficha técnica com alguma ferramenta de impressão. Se essas facilidades fossem sempre pensadas e presentes nos catálogos, permitiriam que o público se apropriasse dos conteúdos, podendo, inclusive, criar sua própria coleção particular de arte, através do *download* das obras para seus arquivos pessoais. Fala-se aqui sobre a oportunidade de formar públicos através do colecionismo, incentivar o público a armazenar suas coleções, incentivando a preservação da memória. Processo apresentado por Gondar e Dodebei (2006).

As listagens em ordem alfabética de nome do autor foram as soluções mais frequentes como ferramenta de pesquisa. Algumas instituições, como o Museu de Arte Contemporânea de São Paulo - MAC/USP apresentam esses dados na forma de lista. As obras também são exibidas como um mosaico, com reproduções em tamanho reduzido.

A pesquisa por texto livre, seja por autor, tema ou título da obra, representa uma opção mais completa de ferramenta de busca. Algumas instituições utilizam esse recurso, o que facilita o acesso aos dados. Essa constatação expõe elementos importantes, considerados como itens de qualidade, identificados por Tomaél (2008), que são os recursos de acesso aos dados. Por esses recursos, o conteúdo que foi lançado no sítio que poderá ser recuperado com maior facilidade.

O *Acervo Online* representa o coração de difusão dos dados das coleções dos museus, mas parece que as instituições privilegiam uma amostra das obras, não objetivando uma ampla visão das suas coleções pelos mecanismos virtuais. Rocha (1999) afirma que o espaço do museu é um espaço comunicador e, sobre essa colocação, reforça a necessidade de construção de discursos museográficos que contemplem as necessidades informacionais. A teoria da autora pode ser enquadrada tanto no que se refere a uma exposição física, quanto na constituição de um catálogo virtual. Verificou-se que essa preocupação parece ainda não fazer parte dos atuais museus brasileiros virtuais.

Ainda que a visualização das coleções seja possível e que exista, na maioria dos casos, possibilidade de pesquisas, percebe-se que os catálogos virtuais são muito limitados. As informações restringem-se aos dados técnicos e, no máximo, a uma complementação dos dados com biografias dos artistas, conteúdo esse que não aparece na maioria das instituições. A constatação se opõe ao que Llussá (2002) afirma, ao comentar que os sistemas tecnológicos dos museus estão evoluindo para sistemas de administração contextual, ou seja, mais abrangentes. O que se verificou é que os sistemas são isolados, independentes dos sistemas internos das instituições museológicas, constatação justificada pela falta de complementação de dados e de articulações de informações dos catálogos.

As instituições que apresentaram suas coleções em catálogos mais completos foram o Museu de Arte de Goiânia, o Museu de Arte Contemporânea de

da USP, o Instituto Inhotim, O Museu de Arte Moderna Assis Chateaubriand e o Museu de Arte Ado Malagoli – Margs. Ainda assim, constataram-se algumas limitações, tais como a impossibilidade de formatação para impressão ou falta de dados biográficos atualizados dos artistas na maioria dos catálogos.

A apropriação dos recursos virtuais, como amplamente colocado por Lévy (1996), a possibilidade de uso de tecnologias convergentes, como apresentado por Jenkins (2008) e o uso de curadorias cooperativas como relatado por Wright (2010), citando as atividades do Smithsonian com a participação da comunidade, parecem como realidades distantes dos museus brasileiros.

Constata-se que os museus brasileiros não descobriram as potencialidades que a tecnologia pode oferecer, em termos de interação e disseminação da informação sobre suas coleções e atividades. Alguns passos foram dados em relação ao uso, ainda que superficial, das páginas como “panfletos virtuais” nas quais informam com conteúdo geral sobre os serviços da instituição. Raras instituições aprofundaram sua quantidade e qualidade de recursos informacionais e imagéticos, buscando oferecer um serviço mais detalhado à comunidade, através de seus catálogos virtuais.

8.2.3 Ferramentas *Web 2.0*

O módulo de Ferramentas *Web 2.0* contempla a coleta de dados sobre a participação dos museus nas redes sociais. A necessidade de averiguar essa área teve como base a ideia de que o uso de ferramentas interativas possibilita outras formas de relação, especialmente pelas novas formas e consumo da arte virtualizada, como afirma Santaella (2007), quando sugere que o uso desses recursos não é mais apenas exclusivo de estudantes, mas de todos os possíveis navegantes, com as mais variadas necessidades.

A interação extrapola a visita ao espaço físico do museu e também permite trocas consistentes de conteúdos. São os fluxos de disseminação de

informações. Além disso, essa forma de aproximar o público permite que o visitante possa contribuir ou interagir com a instituição e alinhando a cultura proporcionada pelo museu com as demais ações da sociedade que se instalaram no universo das redes.

As ferramentas usadas nas redes sociais selecionadas para verificação na pesquisa foram: *Blog, MySpace, Facebook, Flickr, Youtube, RSS feeds*. No entanto, deixou-se aberta a possibilidade de inclusão de outras ferramentas que surgissem na análise dos sítios.

A coleta dos dados demonstrou que a maioria das instituições não utilizava nenhuma das ferramentas elencadas, ou seja, apesar de estarem no ambiente virtual, utilizando-se da *Web 2.0*, não aproveitaram recursos que poderiam potencializar a disseminação da informação, o contato e a interação com o seu público. Interessante disparidade ocorre em algumas exceções, como o Instituto Inhotim que está presente na maior parte das redes sociais. Acredita-se que a atualização dos gestores que administram os sítios dos museus seja um fator que interfere na utilização desses recursos.

O que se pode constatar, partindo das respostas elencadas pela pesquisa é que a disseminação das informações dos museus está centrada apenas na presença institucional na Rede. Questiona-se aqui se a simples presença dá conta das necessidades de informar. Se uma das funções do museu é justamente comunicar, não se acredita que seja possível apenas estar presente na Rede, através de um sítio institucional, no qual seja suficiente. O uso dessas ferramentas é bastante comum e explorada no exterior, mas no País ainda não foi percebida como uma oportunidade interessante de disseminação de conteúdos e trocas com o público.

8.3 RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS

O questionário, aplicado nas instituições, foi tabulado para melhor

visualização dos dados coletados. Como a proposta metodológica não é quantitativa, optou-se por uma tabela simples. No Quadro 4, mostram-se as questões com suas respectivas respostas.

QUESTÃO	MUSEU 1	MUSEU 2	MUSEU 3	MUSEU 4
1. Em termos quantitativos, o repertório de imagens que a instituição possui disponível no sítio corresponde a totalidade de itens do acervo?	Em parte	Não	Não	Em parte
2. Em relação à captação de imagens sobre as obras do acervo há algum procedimento padrão, especial, para a geração destas imagens?	Sim	Sim	Sim	Sim
3. Na preocupação com a preservação para a posteridade dos registros, as imagens têm uma cópia de segurança com resolução e tamanho adequadas à preservação digital?	Sim	Sim	Sim	Sim
4. No que se refere a políticas de preservação, a instituição tem conhecimento da Carta de Preservação de Patrimônio Digital da Unesco?	Não	Sim	Não	Não
5. A instituição considera importante a utilização das imagens espelhando a coleção da reserva técnica como um museu virtual?	Sim	Sim	Não	Sim
6. Há algum controle de acesso ao sítio da instituição, específico para as visitas ao acervo on-line e que permitam identificar as demandas do público?	Não	Não	Não	Não
7. Há programas de investimento voltados especificamente para a manutenção da área de acervo on-line do sítio da instituição?	Não	Sim	Não	Não
8. Tendo em consideração que a reprodução das obras de arte é uma forma de preservação das mesmas, a instituição considera que os registros imagéticos da coleção possam ser considerados um patrimônio digital?	Sim	Sim	Não	Sim

Quadro 4: Questionário Respondido pelas Instituições

Fonte: Dados da pesquisa

A última questão foi uma questão aberta, focada mais na opinião dos respondentes, por esse motivo se optou por dar mais ênfase a mesma, registrando

seus textos na íntegra, como pode ser observado no Quadro 5.

Questão 9	Qual a importância, para fins de patrimônio, que as imagens da coleção e seus respectivos dados têm para a instituição? Justifique sua resposta.
MUSEU 1	As imagens digitalizadas são importantes especialmente como forma de democratizar a divulgação do acervo do museu, facilitando principalmente o acesso por parte de pesquisadores das áreas de artes, história, sociologia, e também o público em geral.
MUSEU 2	Preservação; instrução para montagem, no caso de instalações
MUSEU 3	As imagens não são consideradas como patrimônio. São uma referência das obras de arte do acervo.
MUSEU 4	Valor histórico, preservação da memória, material para pesquisa e divulgação do acervo.

QUADRO 5 – Questão Final do Questionário Respondido

Fonte: Dados da pesquisa

8.4 ANÁLISE E CRÍTICA DO QUESTIONÁRIO INSTITUCIONAL

O questionário institucional foi encaminhado a todas as instituições que tiveram seus sítios analisados, conforme item 8.3 Questionários Institucionais. No entanto, das dez instituições sondadas, apenas quatro encaminharam o questionário respondido.

As perguntas foram formatadas em formulário *online*, enviadas a essas instituições, que somente precisaria acessar o questionário, preencher os campos e encaminhar ao endereço de envio.

Por uma questão de sigilo, preferiu-se não identificar as instituições que responderam o instrumento, sendo referidas neste trabalho como Museu 1, Museu 2, Museu 3 e Museu 4.

A seguir, apresenta-se a análise crítica dos dados estruturada pelas questões.

1. Em termos quantitativos, o repertório de imagens que a instituição possui disponível no sítio corresponde à totalidade de itens do acervo?

A maioria das instituições relatou que a quantidade de obras do sítio não corresponde à totalidade de obras do acervo físico. Esse fato foi averiguado quando da análise dos sítios no item Acervo. Através dessa resposta constata-se que a razão de existir um catálogo virtual é a de ilustrar, com uma amostra da coleção, o sítio institucional. A apresentação de parte da coleção pode estar relacionada à dificuldade que têm algumas instituições em lançar as informações dos seus bancos de dados para uma aplicação da *Web*. Sob esse viés, Loureiro (2004a) entende que se tornar virtual implica em desterritorializar (sem território), emancipar uma entidade do espaço/tempo em que foi gerada. As ferramentas disponíveis hoje podem proporcionar a ampliação no campo de atuação dos museus no País, e esse fato é possível quando as instituições investirem mais nas políticas de disseminação de seus acervos, na quantidade e qualidade de conteúdos disponíveis na Rede. Perdem-se muito com pequenas representações das coleções, como amostras. Acredita-se que, como afirmou a autora, novas visões dos significados dos espaços virtuais devem ser assumidas, deve-se pensar numa inteireza própria para esses meios.

A não disseminação de todas as obras do acervo pode ser uma decisão institucional, mas essas políticas devem ser esclarecidas e apresentadas ao visitante virtual, na página inicial. O que se visualiza é uma disparidade com o que o referencial teórico propõe alertando para que haja maior preocupação com orientações sobre a proposta dos sítios. Oliveira (2008) afirma que, para que haja o processo de apreensão de um objeto do museu, a informação completa é muito importante e a quantidade, nesse caso, é algo vital.

As informações relatadas nesse item também vão ao encontro do que foi constatado nos sítios, através do formulário de análise dos mesmos: poucas instituições apresentam coletâneas consideráveis de suas coleções.

2. Em relação à captação de imagens sobre as obras do acervo há algum

procedimento padrão, especial, para a geração dessas imagens?

As respostas apresentadas pelos participantes demonstram que sim. Há uma preocupação com a geração das imagens das obras. O cuidado com a reprodução de uma obra de arte é sempre importante para que a imagem possa ser utilizada em publicações. O fato que se constatou na análise dos sítios é que, mesmo tendo o cuidado de não disponibilizar imagens com alta resolução, o que poderia prejudicar a visualização na Rede, as instituições deveriam qualificar mais essa fonte de informação, já que é o mote da disseminação de um acervo virtual. Uma das formas de fazer isto seria possibilitar ao cibernauta a opção de obter a imagem com resolução maior/melhor, se ele assim o desejasse. Ao falar de qualidade de imagem, a implicação direta é a integridade dos dados, das características visuais detalhadas na imagem, e isso agrega valor ao patrimônio digital.

Dodebei (2008), afirma que o valor informacional é essencial para a preservação do patrimônio, ou seja, quanto mais nítida e semelhante ao objeto retratado, maior o valor de representação que o objeto assume. Couchot (1993) endossa também essa questão quando comenta que sobre transposição da imagem como representação do real, como algo que passa a alinhar objeto e imagem. A importância da qualidade das imagens de obras de arte deve ser considerada.

A discussão sobre a importância da imagem para a informação em arte traz à tona a ideia de que, além dos dados técnicos, a experiência visual deve ser de qualidade, deve ter um bom impacto. Plaza (1993) coloca que as novas infografias permitem a continuidade do patrimônio, a sensibilidade renovada, mas como isso pode ocorrer quando não há esse recurso com qualidade?

Sabe-se que a criação de um banco de dados de imagens de obras é diferente de uma publicação para uso na internet. A tecnologia atual permite boa qualidade de resolução utilizando formatos que se compactam, que permitem manter uma boa aproximação da obra reproduzida, mas para isso basta que ocorra o interesse concreto para que padrões de qualidade sejam adequados à finalidade que se propõem.

O referencial apontou para a importância e para o novo papel que as

imagens digitais têm, como exposto por Flusser (1985), quando confirma a importância dessa para a transmissão da informação; e Plaza (1993), ao colocar que a imagem, além da conservação, também representa memórias. Assim, a imagem, quando perde a capacidade de visualização em detalhes, perde também parte de sua função.

3. Na preocupação com a preservação para a posteridade dos registros, as imagens têm uma cópia de segurança, com resolução e tamanho adequado à preservação digital?

As instituições foram unânimes na questão da cópia de segurança dos arquivos de imagens. Todas informaram que fazem cópias de segurança. Nesse aspecto, várias questões estão relacionadas. Especialmente quando se trata de preservar o patrimônio digital. Por ter materialidade muito volátil, os arquivos digitais são potenciais vítimas de desaparecimento. Além das cópias, que são essenciais para a preservação desses repertórios, a mudança e a atualização das mídias é muito importante. No momento em que novas formas de armazenagem estão sendo criadas, deve-se refletir sobre mecanismos de preservação dos registros e sistemas de armazenamento que ofereçam garantias de preservação ou possam ser facilmente transferidos para outros sistemas, no futuro. Essa preocupação vai ao encontro das perspectivas da Carta de Preservação de Patrimônio Digital da Unesco (2003, sem paginação) quando coloca que: “A continuidade do patrimônio digital é fundamental. Para preservar é necessário diversas medidas que incidam em todo o ciclo vital da informação digital”. O documento coloca que é importante pensar em sistemas que possam ser confiáveis de gerir o patrimônio digital.

4. No que se refere às políticas de preservação, a instituição tem conhecimento da Carta de Preservação de Patrimônio Digital da Unesco?

Com exceção de uma instituição, as demais não conheciam o documento. A Carta de Preservação de Patrimônio Digital da Unesco é o documento que

estabelece quais os documentos, na forma digital, são passíveis de patrimônio e a necessidade de serem criadas políticas institucionais para a preservação de todo o manancial documental na forma digital. Acredita-se que a preocupação das instituições brasileiras para com a preservação ainda não se deu de forma concreta pelo desconhecimento de normas e políticas com essa ênfase, a de preservar o universo digital que é testemunho dos registros do homem, bem como das produções de seu conhecimento no decorrer do tempo.

Esse documento é base para a criação de políticas que norteiam o estabelecimento de padrões, normas e processos de produção, guarda e disseminação de acervos digitais. Assume-se nesse documento que todo o manancial já gerado ou futuramente produzido está enquadrado como objetos de considerável importância para a sociedade.

Criada em 2003, a Carta propõe recomendações sobre a validação e práticas voltadas a manutenção de recursos. Scheiner (2007) afirma que a validação do patrimônio digital, por parte da Unesco, representa reconhecer um conjunto de recursos únicos de referências tangíveis digitalizadas, efetuar o registro, conservação e difusão dos acervos e a possibilidade de apreender o ato criativo, o processo. Outro aspecto importante levantado pela autora é o caráter documental, a função de registro e divulgação desses arquivos.

5. A instituição considera importante a utilização das imagens espelhando a coleção da reserva técnica como um museu virtual?

A maioria das instituições considerou que sim, é importante a utilização das imagens da coleção como um espelho da reserva técnica. Essa afirmação reforça a ideia de que é essencial a produção, a preservação e a disseminação dos acervos imagéticos dos museus de artes visuais brasileiros. No entanto, um dos respondentes afirmou que as imagens cumprem apenas o papel de documentar e não possuem tal relevância. As imagens seriam somente uma referência do acervo. O referencial teórico levantado concorda com essa opinião, que as imagens são formas de registro, de referência, mas, por outro lado, também considera que elas são passíveis de serem patrimoniadas e de receberem todos os procedimentos

adotados por qualquer tipo de patrimônio.

Almeida (2006) coloca que as atividades de documentação contemplam o processo de informatização, mas esse processo, atualmente, pode ir além alcançando outros parâmetros. Acredita-se que, pelo reconhecimento das instituições sobre a utilização das imagens como espelho da reserva técnica que, além de cumprirem o papel de documentar, elas também podem ser consideradas patrimônios, é um primeiro passo para avançar em investimentos informacionais nos seus catálogos.

Couchot (1993) comenta sobre a potencialidade da imagem digital como permutadora da imagem com o número e tal reconhecimento é essencial para o futuro dos acervos digitais. Ao refletir sobre essa potência, e com a afirmação de Oliveira (2008), quando afirma que a imagem é um elemento essencial para a informação, acredita-se que esses espaços podem crescer, mas tudo dependerá da visão que as instituições museológicas vêm desenvolvendo dos espaços virtuais. Se o avanço depende de recursos tecnológicos é importante salientar o que Pinheiro (1996) relata sobre a história dos processos de digitalização das coleções dos museus. Segundo ela, tais processos caminham em parceria com os avanços da tecnologia e o que se constata é que, ainda assim, há pouco envolvimento. Parece que as instituições ainda não estão preparadas para ocupar outros espaços na virtualidade.

6. Há algum controle de acesso ao sítio da instituição, específico para as visitas ao acervo *online* e que permitam identificar as demandas do público?

Todas as instituições informaram que não existe nenhum controle de acesso aos sítios das instituições, especialmente no que tange à área das coleções virtuais. Esse dado permite deduzir que os museus brasileiros ainda não estão preparados para atender as demandas que poderiam ser detectadas através dos sítios institucionais. Isso reforça a colocação já anteriormente feita, de que os museus possuem sítios apenas para sinalizar sua presença na Rede, não se projetando nesse ambiente de forma ativa e interativa, de modo a usufruir de todo um manancial de informações e de recursos a serem oferecidos e/ou trocados com seus

públicos.

Se as instituições mantivessem um monitoramento de acessos de todas as suas páginas eletrônicas, seria possível identificar quais as páginas que o público mais frequenta, potencializar essas áreas virtuais pouco acessadas e criar espaços voltados as necessidades pontuais dessa gama de visitantes.

Desconhecer o que o público busca, de certa forma, faz com que se perca a função desse espaço. É como se o investimento se limitasse apenas em ocupar esse espaço virtual e não em monitorar o uso e melhorar a ferramenta.

Nesse sentido é importante lembrar Tomaél (2008), que inicia suas colocações sobre critérios de qualidade afirmando que não se desenvolve pontos de avaliação sem pensar no público ao qual se destina. Estudos sobre as necessidades de informação sobre arte, oriundos, especificamente, de pesquisas feitas em sítios, são raros no País. Acredita-se que, quando o público for questionado, muitas mudanças poderão ocorrer no sentido de reavaliar o conteúdo e a forma que as instituições apresentam suas informações. Mesmo quando se institui um conjunto de informações, focadas na complementação de conteúdos, há, ainda, a necessidade de repensar como o público apreende esse espaço, uma vez que a forma de apresentação, de disponibilização, as facilidades de acesso a esse conteúdo impactam diretamente na aceitação do espaço virtual e na probabilidade de retorno à página pelos internautas.

7. Há programas de investimento voltados, especificamente, para a manutenção da área de acervo *online* do sítio da instituição?

Com exceção de uma instituição, que possui verba específica para melhorar seu catálogo virtual, todas as demais não possuem recursos específicos para investir na melhoria desse serviço.

A falta de recursos voltados para a melhoria e a ampliação dos serviços virtuais corresponde a duas possíveis interpretações. A primeira envolve a dificuldade de coletar verbas para investimentos que são impalpáveis, visíveis, uma

vez que estão calcados apenas nos recursos tecnológicos que um computador pode oferecer. Não são implementos que os visitantes ao tradicional espaço físico vão constatar, elogiar. Soma-se a isso a questão levantada na questão anterior (questão 6) onde fica claro que o controle de acesso às páginas eletrônicas não é preocupação de nenhum dos museus pesquisados e, como consequência, nenhum monitoramento nesse sentido é realizado. Não havendo essa preocupação, também não há dados coletados – relatórios gerenciais – que possam ser consolidados e encaminhados à direção das instituições, comprovando a necessidade de investimentos nesse setor.

A segunda interpretação aponta para a questão do planejamento institucional, ou melhor, a falta dele. Pode-se considerar a ausência de recursos como certa cegueira, na qual as instituições ainda não perceberam as novas atribuições dos museus, dentro do universo tecnológico e da atual sociedade da informação e do conhecimento e, com isso, não estão apostando nesses veículos e nessas novas ferramentas, muito mais dinâmicos e enriquecedores.

Entende-se que o contato direto com a obra de arte nunca será substituído pela visita virtual a um museu. No entanto, hoje se constata novas formas de fruição. É como se ocorresse agora uma nova aura, novas complexidades, um momento nunca imaginado antes, o que a tecnologia vem possibilitando. A exemplo disso, o Google acaba de lançar o *Art Project*, no qual uma equipe especializada do Google, juntamente com museus selecionados/conveniados, vêm, sistematicamente, digitalizando suas obras em alta resolução e disponibilizando através de uma das ferramentas do Google¹. Esse projeto, que é uma iniciativa do Google, permite a visualização das obras em aproximações e detalhamento nunca antes imaginados, podendo-se, inclusive, chegar ao detalhe da pincelada do artista.

Meneses (2007) afirma que o processo de digitalização, aliado às tecnologias, que se ampliam, favorecem ao espaço da representação da imagem, das formatações no universo da informação. Talvez esse processo possa, ao chegar às rotinas internas das instituições, proporcionarem mecanismos de interação com a Rede que permitam maiores avanços.

1[1]<http://www.googleartproject.com/>

8. Levando em consideração que a reprodução das obras de arte é uma forma de preservação das mesmas, a instituição considera que os registros imagéticos da coleção possam ser considerados um patrimônio digital?

A maioria das instituições entende que seus repertórios de imagens são considerados patrimônio digital, como constatado no levantamento bibliográfico e no referencial teórico. Apenas uma afirmou que não considera. Isso também foi confirmado nas questões 3 e 5. Na questão 3 quando foi colocado que todas as instituições preocupam-se com a segurança dos dados na questão e na questão 5 quando as mesmas informam que é importante o uso das imagens das obras da coleção, com a quantidade de itens na totalidade do acervo físico.

Acredita-se que, apesar do crescimento descontrolado de registros digitais, ainda há dificuldades em conduzir tais mananciais e reconhecer o espaço que eles estão assumindo. Em repertórios de imagens de arte, especialmente, o despertar para as dinâmicas, geração – armazenagem – disponibilização, ainda necessita maior atenção. Se por um lado, se reconhece a importância desses mananciais imagéticos, por outro lado ainda se constata pouca logística e investimento para que esses registros possam ser usufruídos e preservados.

Quando Plaza (1993) e Couchot (1993), no campo da imagem digitalizada, Lévy (1999) e Castells (1999), no campo da virtualidade e do universo das Redes, colocam que o fluxo da informação se constitui um mecanismo de preservação da informação, conclui-se que a validação desses patrimônios, por parte da Unesco, é consequência de um processo que não se estanca apenas em desatualização ou políticas pouco estruturadas no sentido da disseminação de conteúdos, mas a própria Museologia passa por mudanças, conforme relatadas nas falas de Loureiro (2004a) e de Meneses (2007). Como consequência desse processo, pode-se imaginar que a apropriação desses espaços esteja a caminho, mas junto deverá vir a preocupação com a preservação digital, tão bem instruída pelo projeto Memória do Mundo e pela Carta de Preservação do Patrimônio Digital.

A última questão proposta é mais opinativa, mais subjetiva. A íntegra das respostas está na Apresentação dos Resultados, item 8.3. A seguir será apresentada a análise e crítica dessas colocações.

9. Qual a importância, para fins de patrimônio, que as imagens da coleção e seus respectivos dados têm para a instituição? Justifique sua resposta.

Todas as instituições responderam a questão. Somente uma afirmou que as imagens têm apenas um caráter funcional de referência à obra do acervo. Sendo assim, não possui valor como objeto de patrimônio. É apenas um registro.

As demais instituições afirmaram que as imagens são importantes para a democratização e a divulgação das obras do acervo, facilitando o acesso ao seu conteúdo informacional. Uma das instituições complementou afirmando que as imagens também são importantes como documento das montagens das obras como guia para a preservação das características originais de obras que são armazenadas desmontadas, por exemplo.

O valor histórico e cultural também foi apontado como uma característica dos repertórios de imagens de obras das instituições.

Gondar e Dodebei (2006) colocam como o grande desafio esse equilíbrio entre os dois espaços: o material e o virtual. Os conflitos ficam evidentes pelos relatos coletados. O equilíbrio desses dois espaços pode fomentar a fruição artística nos dois campos, de forma qualitativa. A arte, no seu espaço museológico, dentro das instituições físicas, passa a ser usufruída com maiores recursos informacionais, dando margem, então, para a subjetividade da experiência presencial, do contato físico. Os catálogos dos sítios, por sua vez, podem contar com mais recursos para a apropriação, aproximação de novos públicos e familiarização com o universo da arte, diminuindo, assim, barreiras culturais e sociais.

Sob o aspecto de validação dos recursos imagéticos e como patrimônio, pode-se constatar que há uma percepção da importância de tais mananciais. O que se percebe é a falta de investimento, de controle e de potencialização dos acervos de catálogos virtuais. Isso fica evidente ao se comparar com os sítios de instituições internacionais, que utilizam amplamente os catálogos de imagens e possibilitam maior apropriação e interatividade com as obras do acervo. Os museus, nesse espaço virtual, oferecem outros tipos de serviços, em parte diferentes da instituição física, mas também complementares. Como exemplo, os recursos para atividades pedagógicas, a sugestão de curadorias por parte do público, para inclusão no sítio.

9 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O referencial teórico do presente estudo apresentou a importância do fenômeno da virtualização da sociedade, suas principais características e repercussões em áreas de atuação da sociedade humana. Constatou-se que a virtualidade assumiu um espaço importante e irreversível dentro das ações da sociedade, como consequência dos avanços tecnológicos.

As possibilidades de interação e os aprimoramentos tecnológicos que a *web 2.0* introduziu são apenas etapas em que o homem avança nas relações com a máquina, propondo novos entendimentos, novas posturas na troca de informações e na ubiquidade, na qual os equipamentos conectam todos, independentemente do lugar físico em que estes se encontram. A convergência das mídias soma ferramentas e expande o poder comunicativo e interativo de cada indivíduo.

A importância da imagem como veículo de documentação e disseminação de informações, em especial no escopo proposto por este estudo – o das artes visuais – além de se estabelecer como um dos registros informativos mais importantes. Amplia-se em suas funções e ações, tomando *status* de patrimônio digital, já que digitalizada adota uma forma fluída e dinâmica, própria dos dados que circulam na Rede.

Os fluxos de dados imagéticos propõem a manutenção da existência, da memória, através da comunicação, das trocas e das apropriações. A imagem permite a disseminação de conteúdos de arte, das criações que, muitas vezes, foram elaboradas na forma material e que agora, documentadas, registradas, manifestam-se rapidamente através das ferramentas de busca na Rede. Tem-se um conteúdo patrimonial que irá permitir essa manutenção de memória, através do universo virtual. Os riscos com a preservação de objetos tão voláteis e a grande massa de dados que estão armazenados e disponíveis na Rede oferecem dificuldades quanto à filtragem dos dados. As mídias se transformam e as migrações são necessárias para a adaptação aos novos meios e suportes.

Considerar essas imagens como patrimônios é validar que as transformações não atinjam apenas as mídias, mas também as novas formas de

entendimento do patrimônio universal. Documentos como a Carta para Preservação de Patrimônios Digitais da Unesco são alicerces importantes para que as ações possam ser concretizadas e que as políticas de preservação e disseminação do patrimônio digital sejam efetivas.

Os *web* museus brasileiros são mais do que apenas representações das instituições físicas no mundo virtual. Apesar de se constatar que ainda exista grande ênfase nas informações gerais, que ainda se apresentem catálogos que não correspondem à totalidade das reservas técnicas dos museus, há muito que se explorar em termos de qualificação de conteúdos digitais e, principalmente, de interação com a sociedade – um dos principais pressupostos da Museologia.

A coleta dos dados apontou para um perfil de coleção que prioriza dados básicos, sem aprofundamento e divulgação de eventos. Não se constaram investimentos aplicados à melhoria da fruição dentro do espaço virtual, como um novo espaço de interação com o conteúdo dos museus.

O que se constatou, pelas análises dos dados, é que os museus ainda estão ocupando um espaço de divulgador do museu físico como uma ferramenta de comunicação em âmbito informativo e não como um espaço que proporcione novas interações e novas vivências.

Entende-se que os recursos da Rede favorecem o desenvolvimento das funções dos museus e dentre essas funções a disseminação de suas ações e de que é possível ir além da informação superficial e direcionar o público para experiências mais consistentes.

Os recursos que a *web* 2.0 disponibiliza ao público ainda são pouco explorados pelas instituições, tendo em sua grande maioria o caráter de disseminador e não de interatividade, com poucas trocas entre o público e essas instituições. Entende-se que os museus deveriam utilizar mais fortemente as Redes sociais, uma vez que elas abrem espaço para uma maior troca e apropriação da informação e permitem um contato mais intenso com a arte.

Interpolando características dos sítios, características dos catálogos virtuais e validação dos repertórios imagéticos enquanto patrimônio, identificados parte no referencial teórico e parte na análise empírica, constata-se que as instituições brasileiras ainda precisam avançar na forma como entendem a importância do

patrimônio digital dos novos papéis da museologia, dentro do universo tecnológico, e das potencialidades da *web* 2.0. Também é o momento de apostar na formação de novos públicos, novas fruições e novas relações com o patamar tecnológico que a sociedade alcançou.

A questão de pesquisa, neste estudo, foi identificar as principais características dos museus de artes visuais brasileiros, especialmente no que tange à validação de seu patrimônio digital imagético. O objetivo geral contempla o acesso e a disseminação da informação, através do uso de ferramentas virtuais interativas. Esse objetivo foi alcançado através do atingimento dos objetivos específicos delineados.

O primeiro e o segundo objetivo específico é o de 'identificar as características dos dados apresentados nos sítios dos *web* museus, constituindo um perfil' e 'analisar as informações apresentadas no catálogo virtual da instituição' foram alcançados através da coleta e da análise dos dados obtidos através do formulário, complementados pelo questionário e pelo referencial teórico.

O terceiro e o quarto, respectivamente que foram: c) identificar como as instituições selecionadas se posicionam em relação à questão do patrimônio artístico virtual, representado por seus acervos na *web*; d) e verificar se há preocupação das instituições em relação à salvaguarda desses acervos digitais, tendo como base a Carta de Preservação do Patrimônio Digital da Unesco – E-Heritage, cumpriu-se através do estudo, apresentação e crítica dos dados recolhidos, demonstrando que as instituições reconhecem a importância de seus catálogos virtuais e de que, apesar de poucas terem conhecimento da Carta de Preservação do patrimônio Digital, há preocupação com a salvaguarda dos acervos e com a preservação desses registros.

Dessa forma, o estudo verificou as características dos museus selecionados, gerando, assim, um panorama de informações importantes sobre os museus de artes visuais brasileiros, elencados ora pelas respostas do formulário, ora pelo questionário aplicado ao grupo escolhido, complementada pelas análises dos dados. Ainda nesse contexto, pode-se perceber qual o grau de uso das ferramentas virtuais de interação com o público, nas instituições brasileiras. E sobre esse aspecto se intui que ainda é pouco presente, sendo que apenas algumas se utilizam desses

recursos.

Com relação às limitações da pesquisa, sua maior limitação foi a demora do retorno dos questionários. Soma-se a isso, o dado referente à resposta das instituições, já que algumas nem acusaram o recebimento da correspondência enviada, o que também favorece à interpretação de que muitas não estão alinhando suas ações com o ambiente virtual.

Recomenda-se, para a continuidade dos estudos, análises do uso da informação sobre museus de arte e o fomento a iniciativas de constituição de redes de cooperação, como ocorre com a americana *Museums on the* , na qual são discutidas questões específicas dos museus no ambiente virtual, promovendo eventos e publicações na área.

Outra recomendação que se considera importante é a criação de disciplinas específicas sobre sítios de museus, museus digitais, ou *web* museus nos currículos universitários dos cursos de Museologia ou através de cursos de extensão ou pós-graduação favorecendo o desenvolvimento, a integração e o fortalecimento das ações museológicas no ambiente virtual.

Por fim, a investigação possibilitou constatar que novas posturas em relação à tecnologia são a base para novos estágios de crescimento dos *web* museus brasileiros proporcionando, assim, uma efetiva sintonia com as necessidades e demandas da sociedade e o uso qualitativo de ferramentas que estão acessíveis no atual estágio tecnológico da sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maria Christina Barbosa de. A informação em museus de arte: de unidades isoladas a sistema integrado. **Revista Musas**, Rio de Janeiro, n.2, p.140-154, 2006.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 1993.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Coleção Pensadores).
- BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: Edusp/Zouk, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COUCHOT, Edmond. Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração. In: PARENTE, André (Org.). **Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. p. 37-48.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti; DA VIÁ, Sarah Chucid. **Pesquisa empírica em ciências humanas: com ênfase em comunicação**. São Paulo: Futura, 2001.
- DEVINE, Jim. Partnerships for progress: eletronic access and nuseum resources in the classroom. In: MARTY, Paul; JONES, Katherine (Ed.). **Museum Informatics: people, onformation an technology in museums**. New York: Routlege, 2009.
- DODEBEI, Vera. Patrimônio e memória digital. **Morpheus** - Revista Eletrônica em Ciências Humanas, v.4, n.8, 2006. Disponível em: <http://www.unirio.br/morpheusonline/numero08-2006/veradodebei.htm#_edn2>. Acesso em: 02 mar. 2010.
- DODEBEI, Vera. Museu e memória virtual – como garantir o patrimônio. In: BITTENCOURT, José Neves et al. **Museus, ciência e tecnologia: livro do seminário internacional**. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2007. p.72-80.
- DODEBEI, Vera; ABREU, Regina (Org.). **E o patrimônio?** Rio de Janeiro: Contra Capa/PPG Memória Social UFRJ, 2008.
- ô
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 12. ed. Campinas: Papirus, 1993.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

FREIRE, Cristina. Gestos perenes: o registro fotográfico na arte contemporânea. In: SANTOS, Alexandre; SANTOS, Maria Ivone dos (Org.). **A fotografia nos processos artísticos contemporâneos**. Porto Alegre: Unidade Editorial da Secretaria Municipal da Cultura/Editora da UFRGS, 2004. p.32-37.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera (Orgs.). **O que é memória social**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2006.

GOUVEIA, Inês; DODEBEI, Vera. Memórias de pessoas, de coisas e de computadores: museus e seus acervos no ciberespaço. **Revista Musas**, Rio de Janeiro, n.3, p.93-100, 2007.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 19. ed. São Paulo: Loyola, 2010.

ILHARCO, Fernando. **Filosofia da informação**: uma introdução à informação como fundação da acção, da comunicação e da decisão. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2003.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 3. ed. Cotia: Ateliê, 2002.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

LLUSSÁ, Xavier. O design do museu na sociedade da informação. **404nOtF0und**, ano 2, v. 1, n. 17, jun. 2002. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>>. Acesso: 20 mar.2010.

LOUREIRO, Maria Lúcia de Niemeyer Matheus. Webmuseus de arte: aparatos informacionais no ciberespaço. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 2, mai./ago., 2004a.

LOUREIRO, Maria Lúcia de Niemeyer Matheus. Arte e imagem: musealização e virtualização. **Datagramazero**, v.5, n.6, dez. 2004b. Disponível em: <http://dgz.org.br/dez04/F_I_art.htm>. Acesso em: 20 mar. 2010.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Os museus na era do virtual. In: BITTENCOURT, José Neves et al. **Museus, ciência e tecnologia**: livro do seminário internacional. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2007. P. 51-70.

PELEGRINI, Sandra; FUNARI, Pedro. **O que é patrimônio cultural e imaterial**. São Paulo: Brasiliense, 2008. (Coleção Primeiros Passos, 331).

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Arte, Objeto Artístico, Documento e Informação em Museus. In: SIMPÓSIO MUSEOLOGIA E ARTE. 17. 1996, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Tacnet Cultural, 1996. Disponível em: <http://www.unirio.br/museologia/textos/ARTE_OBJETO_ART%C3%8DSTICO_%20DOCUMENTO_E_INFORMAcao_em_museus.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2010.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; VIRUEZ, Guilma Vidal; DIAS, Mauro. Sistema de Informação em Arte e Atividades Culturais (IARA): aspectos políticos, institucionais, técnicos e tecnológicos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 23, n. 3, p. 327-334, set/dez. 1994.

PINHEIRO, Lena Vânia Ribeiro. Educação da sensibilidade, informação em arte e tecnologias para inclusão digital. **Inclusão social**, Brasília, v.1, n.1. p.51-55, 2005.

PLAZA, Julio. As imagens de terceira geração, tecno-poéticas. In: PARENTE, André (Org.). **Imagem máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 72-88.

OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. O cibermuseu: informação, objetos e memória social. COLÓQUIO EM COMUNICAÇÃO E SOCIABILIDADE, 1., 2008. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, nov. 2008. Disponível em: <www.fafich.ufmg.br/cis/pdfs/pontogris/OLIVEIRA_jose.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2010.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Recife: Bagaço, 2005.

O'RELLY, Tim. **What Is Web 2.0**: design patterns and business models for the next generation of software. O'Reilly Media, 30 set. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 25 out. 2009.

PEDRO, Alexandra Raquel Fernandes. **Os museus e a web 2.0: os sítios web dos museus portugueses**. 2009. 181 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade do Minho, Braga, 2009.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

SANTELLA, Lúcia; NOTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica e sociedade. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004. (Comunicação).

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. Os museus, a memória e os novos meios de comunicação. **INFORMARE** – Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Rio de Janeiro, v.4, n.2, p.6-16, jul./dez. 1998.

SCHWEIBENZ, Werner. O Desenvolvimento dos Museus Virtuais. **Icom News**, v. 57, n. 3, p. 3, 2004. Disponível em: <http://icom.museum/pdf/E_news2004/p3_2004-3.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2008.

SCHEINER, Teresa Cristina. Políticas de diretrizes da museologia e do patrimônio na atualidade. In: BITTENCOURT, José Neves et al. **Museus, ciência e tecnologia: livro do seminário internacional**. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2007. p. 33-48.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SUANO, Marlene. **O que é museu**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 9. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

TOMAÉL, Maria Inês (Org.). **Fontes de informação na internet**. Londrina: Eduel, 2008.

UNESCO. **Carta para la preservación del patrimonio digital**. 2003. Disponível em: <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=13367&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html>. Acesso em: 28, jul. 2010.

UNESCO. **Memória do mundo: diretrizes para a salvaguarda do patrimônio documental**. 2002. Disponível em: <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=1538&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html>. Acesso em: 28 jul. 2010.

WRHIGT, Alex. Online, it's the mouse that runs the museum. **The New York Times**, New York, 19 jan. 2010. Arts and Design. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2010/01/20/arts/design/20museum.html>>. Acesso em: 21 jan. 2010.

APENDICES

APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO INSTITUCIONAL

QUESTIONÁRIO INSTITUCIONAL

*Obrigatório

Nome da Instituição *

Em termos quantitativos, o repertório de imagens que a instituição possui disponível no sítio corresponde a totalidade de itens do acervo?

Sim

Não

Em parte

Em relação à captação de imagens sobre as obras do acervo há algum procedimento padrão, especial, para a geração destas imagens? Na opção "OUTRO" descreva qual

Sim

Não

Outro:

Na preocupação com a preservação para a posteridade dos registros, as imagens tem uma cópia de segurança com resolução e tamanho adequadas à preservação digital?

Sim

Não

No que se refere a políticas de preservação, a instituição tem conhecimento da Carta de Preservação de Patrimônio Digital da Unesco?

Sim

Não

Qual a importância, para fins de patrimônio, que as imagens da coleção e seus respectivos dados têm para a instituição? Justifique sua resposta.

A instituição considera importante a utilização das imagens espelhando a coleção da reserva técnica como um museu virtual? Na opção "OUTRO", justifique sua resposta

Sim

Não

Outro:

Há algum controle de acesso ao sítio da instituição, específico para as visitas ao acervo on-line e que permitam identificar as demandas do público?

Sim

Não

Há programas de investimento voltados especificamente para a manutenção da área de acervo on-line do sítio da instituição? Na opção "OUTRO" indique quais.

Sim

Não

Outro:

Tendo em consideração que a reprodução das obras de arte é uma forma de preservação das mesmas, a instituição considera que os registros imagéticos da coleção possam ser considerados um patrimônio digital? Na opção "OUTRO" justifique sua resposta

Sim

Não

Outro:

APÊNDICE 2 - FORMULÁRIO DE DADOS DOS SÍTIOS

FORMULÁRIO DE DADOS DOS SÍTIOS

1. IDENTIFICAÇÃO		
1.1 Nome		
1.2 URL		
1.3 Data de Criação		
1.3 Data de última atualização		
2. CARACTERIZAÇÃO GERAL DOS CONTEÚDOS		
	SIM	NÃO
2.1 Informação logística		
2.1.1 Contatos		
2.1.2 Horários		
2.1.3 Transportes		
2.1.4 Mapa com localização gráfica do museu		
2.1.5 Preços		
2.1.6 Mapa do museu físico		
2.1.7 Acessibilidades do museu físico		
2.1.8 Outros:		
2.2 Apresentação do museu		
2.2.1 Coleções		
2.2.2 Informação geral		
2.2.3 Catálogo		
2.3 Exposições		
2.4.1 Informação geral sobre exposições físicas		
2.4.2 Visitas virtuais de exposições e galerias físicas		
2.4.3 Exposições apenas <i>online</i>		
2.4 Seção Educativa		
2.4.1 Informação geral		
2.4.2 Atividades <i>online</i>		
2.4.3 Outros: A atividade educativa chama-se bolsa-arte		
2.5 Compartilhamento de informações/Comunicação		
2.5.1 Novidades/calendário de eventos		
2.5.2 Serviços de divulgação de atividades		
2.5.3 Newsletter		
2.5.4 Mailing list		
2.5.5 Chat		
2.5.6 Fórum		
3. CATÁLOGO		
	SIM	NÃO
3.1 Imagem das obras		
3.1.1 Ampliação da imagem		
3.1.2 Nitidez		
3.2 Ficha técnica		
3.3 Lista de artistas		
3.3.1 Biografia		
3.3.2 Outras obras do artista no acervo		
3.4 Impressão dos dados		
3.5 Ferramenta de pesquisa		
4. FERRAMENTAS WEB 2.0		
	SIM	NÃO
4.1 Blogue		
4.2 MySpace		
4.3 Facebook		
4.4 Flickr		
4.5 Youtube		
4.6 RSS feeds		
4.7 Outros:		

APÊNDICE 3 – CARTA CONVITE INSTITUCIONAL

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO - PPGCOM

Porto Alegre, janeiro de 2011.

Prezado Sr(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nossa pesquisa de mestrado sobre patrimônio virtual, em especial, de coleções de artes visuais em instituições brasileiras. A pesquisa é orientada pela Profa. Dra. Helen Beatriz Frota Rozados e tem por objetivo principal identificar a validação dos acervos de imagens de obras de arte como patrimônios virtuais. O método a ser utilizado para coleta de dados é um questionário, no qual o seu conhecimento e suas experiências contribuirão de forma significativa para a obtenção dos objetivos esperados. O meio em que será utilizado para a comunicação e a coleta destes dados será a Internet, mais especificamente o e-mail.

Basicamente, a proposta do questionário é responder questões sobre o acervo *on-line* que sua instituição, disponibilizada no seu sítio, e sobre o tratamento digital que é aplicado aos registros imagéticos da coleção de artes visuais.

A sua participação será muito importante para nossa pesquisa e contribuirá para maior reflexão sobre a questão da constituição de patrimônios na atualidade, especialmente patrimônios virtuais sobre artes visuais, em instituições brasileiras.

Os resultados obtidos serão encaminhados aos participantes, ao final da pesquisa. Agradecendo sua atenção, colocamo-nos à disposição para sanar dúvidas e responder a esclarecimentos, através do e-mail acima citado.

Atenciosamente,

Alexandre Demétrio
Mestrando em Comunicação e Informação

Contato: E-mail: alexandrebdemetrio@gmail.com.br
Telefone: (51) 99672832/30842832