

O Objeto museal em diferentes contextos e mídias

Renata Maria Abrantes Baracho Porto
Cátia Rodrigues Barbosa

RESUMO

O objetivo deste artigo é estudar o papel do objeto museal e sua relação com a memória, o imaginário na construção da comunicação e apropriação da informação em diferentes contextos e mídias. Argumentamos que a construção da comunicação e apropriação da informação em diferentes contextos e mídias, no que tange o objeto museal requer a organização de estratégias comunicacionais capazes não só de gerenciar e disponibilizar a informação em diferentes suportes, mas, sobretudo, de estabelecer relações entre áreas do conhecimento vinculadas à realidade virtual, espaços virtuais, banco de dados, sistemas de informação, computação gráfica e processamento digital de imagens, no sentido de disponibilizar estratégias museográficas e recontextualizar o objeto museal. Interessa-nos mostrar como, no âmbito da comunicação do objeto musealizado, o planejamento das estratégias de apropriação da informação no contexto da mídia *web*, depende tanto do trabalho coordenado entre os profissionais de áreas da computação, quanto da habilidade dos profissionais da museologia em contornar diferenças, discordâncias sobre o papel do objeto museal e sua relação com a memória nos processos de criação cultural, de modo a revelar como as imagens dos espaços e dos objetos museais difundidas pelos museus virtuais e pelas redes sociais podem minimizar tais discordâncias conferindo crédito à comunicação do objeto museal em ambientes virtuais.

PALAVRAS-CHAVE: Museu virtual. Objeto museal. Memória. Informação. Sistemas de informação. Recuperação de informação.

1 Introdução

No campo da comunicação, as transformações sobre o objeto museal em diferentes contextos e mídias impostas pelas estratégias relacionais entre áreas do conhecimento da museologia, arquitetura, computação e ciência da informação implicam que o sucesso de recontextualização do objeto e seu papel na sociedade contemporânea dependem da repercussão de sua imagem na construção da **memória-documento**, **memória-monumento** perante o imaginário social. A sua configuração atual como ator-agente de informação e ao mesmo tempo construtor de significados e discursos narrativos no espaço-tempo museológico, seja ele físico ou virtual, tem um papel significativo. Esse fato permite associar o fazer ligado ao seu universo a uma estrutura organizacional de apropriação da informação em diferentes contextos e mídias.

De modo geral, a estrutura organizacional de apropriação da informação em diferentes contextos e mídias, no que tange ao objeto museal reflete dessa adequação de estabelecer relações entre áreas do conhecimento vinculadas à museologia em contextos virtuais. Essa estrutura pode ser descrita como resultado de uma preocupação dos atores profissionais dessas áreas com:

a) a criação, produção e manutenção da imagem do objeto museal e do próprio espaço museal recontextualizado nos ambientes virtuais.

b) o ajuste das imagens desse objeto às expectativas do **visitante-usuário**, **público-usuário**.

c) o gerenciamento eficaz da imagem e dos discursos gerados do objeto museal por meio da elaboração de estratégias comunicativas, às quais não se limitam a conferir existência midiática a esses objetos, mas deve sobretudo assegurar as categorias estruturais da informação museológica, quais sejam, a informação estética e a semântica (CASTRO, 2009).

Essas categorias estruturais da informação museológica requerem uma abertura ao diálogo com o **visitante-usuário**, **público-usuário**. A dimensão estratégica da comunicação reside na relação sujeito-objeto e seus processos de interlocução entre os diversos atores sociais. O objeto museal anima o discurso por uma presença discreta que desperta nossas intenções sem se abrir diante delas. A intenção significativa que está em cada um de nós não é revelada em um determinado instante, mas deve se estruturar em **discursos elaborados**, ou seja, em **pensamentos** (BARBOSA, 2010).

As atividades em torno da comunicação e apropriação da informação em diferentes contextos e mídias, no que tange ao objeto museal, para manter presentes no imaginário do **visitante-usuário**, passaram a ser elaboradas de acordo com os mecanismos de sedução e organização propostos pelo estabelecimento de

relações entre áreas do conhecimento vinculadas à realidade virtual, passeios reais em ambientes longínquos, observação de objetos através de simulação da realidade. Objetos existentes, objetos a serem construídos e objetos que jamais serão construídos fisicamente.

Surge um campo de estudo para definir, ou não, um limiar entre o físico e o virtual dentro do contexto de realidade. O objeto não precisa existir fisicamente para ser real, ele pode ser uma simulação ou uma projeção virtual. Ao mesmo tempo, o objeto virtual pode ser uma réplica de um objeto físico.

O planejamento das estratégias de apropriação da informação revela-se fundamental para a comunicação do objeto musealizado, uma vez que a construção da comunicação e apropriação da informação em diferentes contextos e mídias, no que tange o objeto museal requer a organização de estratégias comunicacionais capazes não só de gerenciar e disponibilizar a informação em diferentes suportes, mas, sobretudo, de estabelecer relações entre áreas do conhecimento envolvidas, no sentido de apresentar estratégias museográficas e recontextualizar o objeto museal nas exposições. Assim, se de um lado é preciso construir estratégias comunicativas que mantenham a imagem do objeto museal no imaginário do **visitante-usuário** em ambientes virtuais, de outro lado é necessário criar vínculos de relacionamento com os profissionais das áreas de tecnologias inovadoras vinculadas à simulação tridimensional, sistemas de informação, banco de dados, elaboração de espaços museais arquitetônicos, antecipando reações e validando análises interpretativas do papel do objeto e sua relação com a memória, o imaginário.

O estabelecimento de relações dos profissionais do campo da museologia com profissionais das áreas do conhecimento da Ciência da Informação e Ciência da Computação possibilita a criação de técnicas e estratégias capazes de lidar com o objeto museal de diversas formas. Visitar um *site web*, consultar um CD, disponibilizar imagens de objetos museais em redes sociais virtuais, simular ambientes e objetos tridimensionais, imersão em ilhas de edição com passeios em mundo virtual, explorar novas formas e sensações através dos novos recursos, perceber a realidade através do virtual. Poderosa ferramenta que pode recontextualizar o objeto e sua relação com a memória e com o imaginário.

Neste artigo, interessa-nos mostrar como, no âmbito da comunicação do objeto musealizado, o planejamento das estratégias de apropriação da informação no contexto da mídia *web* depende tanto do trabalho coordenado entre os profissionais de áreas da computação, quanto da habilidade dos profissionais da Museologia em contornar diferenças, discordâncias sobre o papel do objeto museal e sua relação com a memória nos processos de

criação cultural, de modo a revelar como as imagens dos objetos difundidas pelos museus virtuais, pelas redes *sociais-web* podem minimizar tais discordâncias conferindo crédito à comunicação do objeto em ambientes virtuais.

O artigo divide-se em três partes. Em um primeiro momento, destacamos a importância de se avaliar o papel do objeto museal e sua relação com a memória o imaginário a partir da formulação de comunicação em uma estrutura organizacional da informação museológica. Em um segundo momento, enfocamos o tema imagens dos objetos museais difundidas pelos museus virtuais, pelas redes *sociais-web* e como minimizar discordâncias sobre o seu papel, conferindo-lhe crédito à comunicação em ambientes virtuais. A última parte do artigo é dedicada a reflexões sobre a recontextualização do objeto em ambientes virtuais e a necessidade de um trabalho coordenado entre os profissionais de áreas da computação, quanto da habilidade dos profissionais da Museologia e ciências afins.

2 As Relações entre o objeto museal e a memória no contexto da informação museológica

Consideramos o objeto museal como manifestação cultural do homem. Rosana Nascimento (1994), em seu artigo intitulado *O objeto museal como objeto de conhecimento* apresentou um panorama histórico da definição de objeto museal e toma como conclusão de suas reflexões o significado do objeto museal.

O que significa que o objeto museal deverá ser compreendido pela gênese das teias de relações e, não apenas como um produto que por si só, representa um espaço-tempo histórico definido a priori por seus aspectos físicos que são determinados numa ação documental que busca resgatar “informações” sobre este bem cultural. (NASCIMENTO, 1994, p. 30)

Nesse sentido, é importante salientar que o objeto museal torna-se ator-agente de informação, construtor de discursos narrativos, o qual pode suscitar lembranças esquecidas, latentes de um tempo não presente. A função simbólica dos objetos evidencia e testemunha realidades e discursos que os museus apresentam em uma exposição. Assim, existe uma temporalidade museológica adicionada ao objeto. Ela atinge o objeto como um raio, provocando a perda do sentido de tempo atual (CASTRO, 2009). Apresentar questões relacionadas à temporalidade museológica é dessa forma que nos aproximaremos da temática memória. Temática que ocupa cada vez mais um campo relevante no debate sobre o objeto museal, que é revestido de significados, manifestação cultural do homem. É na perspectiva de memória e temporalidade apresentada na terceira parte do livro *Fenomenologia da Percepção* de Maurice Merleau-Ponty “O Ser-Para-Si e o Ser-No-Mundo” que daremos voz às relações entre o objeto museal e a memória no contexto da informação museológica.

É em meu “campo de presença” no sentido amplo- neste momento em que passo a trabalhar tendo, atrás dele, o horizonte da jornada transcorrida e, diante dele, o horizonte da tarde e da noite – que tomo contato com o tempo, que aprendo a conhecer o curso do tempo. O passado mais distante tem, ele também, sua ordem temporal e uma posição temporal em relação ao meu presente, mas enquanto ele mesmo foi presente, enquanto em “seu tempo” ele foi atravessado por minha vida, e enquanto ela prosseguiu até agora. Quando evoco um passado distante, eu reabro o tempo, me recoloco em um momento em que ele ainda comportava um horizonte de porvir hoje fechado, um horizonte de passado próximo hoje distante (MERLEAU-PONTY, 1999, p. 557)

Nessa perspectiva, é no “nosso campo de presença” que recontextualizamos o objeto museal e reconstruímos numa rede de intencionalidades nossas lembranças, memórias. Assim, a sua mensagem se dá na relação com o indivíduo, na sua temporalidade, onde em seu “campo de presença” desencadeia a percepção do objeto e se constrói vínculos simbólicos relacionais ao objeto museal como **memória-monumento, memória-documento**.

A busca das essências na fenomenologia de Maurice Merleau-Ponty se efetua no contato direto com o vivido, sendo que o ato perceptivo emerge de uma relação de encontro e imbricamento do sujeito e do objeto. A posição do sujeito que observa é sempre a partir de um ponto específico no mundo, o que torna nossas apreensões sempre parciais. A partir do contato direto com o vivido, onde emerge o ato perceptivo do encontro sujeito-objeto, partimos para a atividade cognitiva.

A irradiação da mensagem do objeto museal enseja a configuração de atividade cognitiva no indivíduo e na sociedade em processo de comunicação social (CASTRO, 2009). Como colocamos anteriormente, a irradiação da sua mensagem na esfera da cognição, no indivíduo e na sociedade em processo de comunicação social, se dá a partir do ato perceptivo do encontro sujeito-objeto em uma temporalidade. Maurice Merleau-Ponty nos esclarece que tudo nos reenvia ao “*campo de presença*” como à experiência originária.

Portanto, tudo me reenvia ao campo de presença como à experiência originária em que o tempo e suas dimensões aparecem em pessoa, sem distância interposta e em uma evidência última. É ali que vemos um porvir deslizar no presente e no passado. Essas três dimensões não nos são dadas por atos discretos: eu não me represento minha jornada, ele pesa sobre mim com todo o seu peso, ele ainda está ali, não evoco nenhum de seus detalhes, mas tenho o poder próximo de fazê-lo, eu a tenho ainda em mãos”. Da mesma maneira, eu não penso na tarde que vai chegar e em sua sequência, e todavia ela “está ali”, como o verso de uma casa da qual vejo a fachada, ou como o fundo sob a figura. Nosso porvir não é feito apenas de conjecturas e de divagações (MERLEAU-PONTY, 1999, p. 557).

Assim, Maurice Merleau-Ponty esclarece que o porvir não é posterior ao passado e este não é anterior ao presente. Contrário à ideia de Bergson que explicou a unidade do tempo por sua continuidade. A temporalidade se temporaliza como por-vir-que-vai-para-o-passado-vindo-para-o-presente” (MERLEAU-PONTY,

1999). Somos levados nessa estrutura de pensamento a evocar a temporalidade que os objetos museais nos remetem ao suscitar lembranças esquecidas, latentes de um tempo não presente. De forma específica, avaliar o seu papel e sua relação com a memória no contexto da informação museológica, consiste em conhecer o **visitante-usuário**, preferencialmente suas expectativas, para que o profissional de museu organize suas estratégias comunicativas adequadamente.

Um dos maiores desafios da comunicação do objeto museal é estabelecer um contato com o **visitante-usuário** receptor da informação semântica e cultural-estética dos discursos e das imagens do próprio objeto museal, recontextualizadas pelos profissionais de museus e de áreas afins, de modo a desvendar, a revelar seus quadros compartilhados de interpretação, considerando a temporalidade, no sentido aqui apresentada, onde se constrói os vínculos simbólicos relacionais com a memória.

Assim, é preciso deixar claro que surge uma questão premente relacionada ao campo de estudo para definir, ou não, um limiar entre o físico e o virtual dentro do contexto de realidade, quando sabemos que o objeto não precisa existir fisicamente para ser real, ele pode ser uma simulação ou uma projeção virtual. Ao mesmo tempo, o objeto virtual pode ser uma réplica, um simulacro de um objeto físico. Trata-se da questão da memória, do legado do objeto museal, numa temporalidade na relação sujeito-objeto. É a recontextualização do objeto museal como documento, fonte de informação. Releitura de discursos sobre o objeto em si, sendo este que nos remete à **memória-documento**, **memória-monumento**.

Nesse sentido, os profissionais do campo da museologia, das áreas do conhecimento da Ciência da Informação e Ciência da Computação não constroem o objeto museal na mídia *web*, em CD e em redes sociais virtuais, mas criam estratégias comunicativas capazes de disponibilizar uma releitura. De acordo com Castro, “[...] buscar maior precisão ao focar a informação museológica implica tentar compreender sua estrutura e dinâmica próprias, tanto aquela contida no objeto, e, portanto, emissária de várias significações e contextos, como o contexto informacional circundante ao objeto, o qual se estende ao *locus* museológico e se entrelaça numa comunicação polissêmica do objeto e do museu” (CASTRO, 2009, p. 136).

No espaço virtual – museu virtual como um ambiente organizado para emissão de informação e troca de comunicação em que ensaios museográficos, expográficos, cenográficos podem ser feitos com uma gama de objetos museais inicia-se um campo sensorial para que a informação museológica possa propiciar a fruição estética, mesmo apoiada em suporte informacional de estrutura semântica. A representação da informação museológica

envolve-se diretamente com a representação do conhecimento de forma simbólica.

3 Imagens dos objetos difundidas pelos museus virtuais

Nesta segunda parte do artigo, são analisados conceitos e técnicas de simulação tridimensional com prototipagem digital para avaliar e otimizar vários níveis de imagens de objetos difundidos pelos museus virtuais e o próprio espaço virtual. Apresenta-se a simulação tridimensional como possibilidade de simular o objeto não existente fisicamente e, por outro lado, difundir o objeto real de forma virtual. A simulação multimídia de museus com recursos de computação gráfica permite a utilização de modelos para simular o museu e apresentar os objetos, proporcionando o passeio virtual na edificação sem estar fisicamente presente no local.

A atual importância do estudo do tema, leva ao surgimento de tecnologias que almejam apresentar soluções para uma simulação que envolva parâmetros compatíveis com os objetivos de comunicação e informação do espaço museal. Surge nesse mesmo contexto um problema de pesquisa para definir qual a situação atual dos museus virtuais no Brasil e no mundo. Além disso, quais os processos e etapas necessárias para alcançar, com eficiência, o desenvolvimento de museus virtuais através da utilização de tecnologias de gestão da informação, recursos multimídia, processamento digital de imagens e computação gráfica.

A implantação do museu virtual pode disponibilizar as principais edificações e objetos em âmbito mundial além de reconstituir os espaços e os objetos para estudos avançados com uso de tecnologias.

Uma simulação tridimensional ajuda o público visualizar, simular e analisar um espaço ou um objeto, estudar a proposta e o impacto de tais obras em condições reais antes de ser construído ou exposto e permitir verificar informações existentes num âmbito inovador.

O surgimento das tecnologias por si só, já fez com que esta ferramenta se tornasse essencial. De acordo com Celani, Pupo, Pinheiro e Bertho (2008) a utilização de novas tecnologias em arquitetura e desenho industrial tem crescido consideravelmente nos últimos anos, a fabricação digital em muitos países tem sido considerada irreversível, sendo seu uso ainda incipiente no Brasil. Essas crescentes aplicações têm motivado pesquisas e estudos em diversos países.

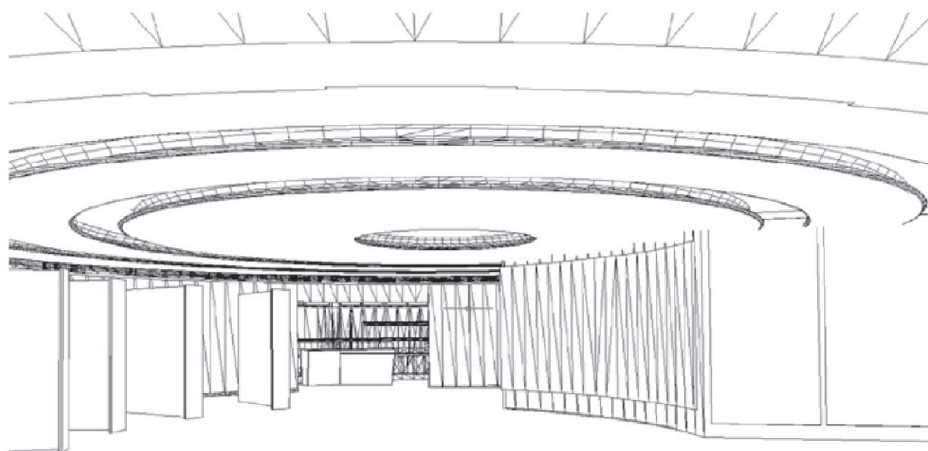
A percepção visual da distribuição espacial da informação tem como objetivo fornecer considerações objetivas e mensuráveis. Nesse artigo, propõe-se uma análise dinâmica dos dados, não

necessariamente temporal, com ênfase em uma representação dinâmica por modelos tridimensionais. Nessa abordagem, o espaço ou o objeto é representado através de uma simulação tridimensional onde cada objeto possui atributos associados de um banco de dados e que podem assumir diferentes estados ao longo da análise. O objeto analisado muda em função da análise pretendida e do estado dos demais objetos em sua vizinhança e de acordo com um conjunto específico de regras de transição.

Para ilustrar a simulação tridimensional de espaços e objetos museais, segue uma sequência de imagens desenvolvidas pelas autoras de um ambiente virtual para exposições museográficas.

A Figura 1 apresenta uma imagem do modelo geométrico criado para a simulação do espaço museográfico e o objeto museal, representado através dos painéis de exposição.

Figura 1: Simulação tridimensional da modelagem



Fonte: Elaboração do autor.

A Figura 2 apresenta uma sequência de imagens renderizadas que apresentam a simulação tridimensional do espaço museográfico e o objeto museal que geram filmes e passeios virtuais.

Figura 2: Sequência de realidade virtual do espaço museográfico e o objeto museal



Fonte: Elaboração do autor.

A Figura 3 apresenta um exemplo de painel expográfico elaborado para um sistema de informação com o objetivo de explorar várias mídias. O exemplo apresenta imagens, textos referentes a cada imagem e o controle temporal. O usuário pode navegar numa linha do tempo e escolher a imagem, automaticamente aparece informações textuais e vídeos referentes à imagem escolhida.

Figura 3: Exemplo de sistema de informação com imagens texto e barra de controle temporal



Situada numa pequena ilha próxima à margem da lagoa da Pampulha, a Casa do Baile surge em 1943 com o objetivo de ser um espaço popular em meio ao ambiente freqüentado pela elite belorizontina - o ambiente da Pampulha.

Ao longo dos anos foi ocupada das maneiras mais diversas, alternando momentos de plena e baixa atividade. Hoje, dentro do projeto de Recuperação da Lagoa da Pampulha, a edificação encontra-se restaurada.

Fonte: Elaboração do autor.

Observando as Figuras 1 e 2 podemos perceber o espaço museal e além de observar ter a percepção de características de luz e dimensão.

O museu é eminentemente um projeto da modernidade. Pinheiro, em seu livro *Museu, memória e esquecimento: um projeto da modernidade* define o homem como um ser capaz de ação e, assim explicita as estreitas relações entre a modernidade e a cultura dos museus.

A crise na estrutura das temporalidades, gerada pela velocidade cada vez maior das sociedades contemporâneas, com a aceleração das imagens e das informações da mídia. Isto estaria trazendo o passado para o presente e criando um sentido de simultaneidade temporal e espacial, com um permanente sentimento de defasagem e dando a sensação de um presente cada vez mais efêmero. Daí a busca ansiosa por reter e preservar o passado. (PINHEIRO, 2004)

Assim como uma instituição inserida na modernidade, o museu pode e deve utilizar recursos tecnológicos para ampliar a sua atuação e explorar novas formas de comunicação e informação, mantendo suas características originais e criando opções inovadoras de acordo com o movimento da sociedade. Pode-se destacar o poder e as vantagens da utilização das redes sociais em diferentes contextos.

Qual seria, nesse cenário, o papel do museu? Surgido como um projeto de e para a elite, o museu foi se tornando alvo de intensos ataques, a ponto de se prever sua falência como instituição no início do século XX. Entretanto, esse processo foi revertido a partir da década de 1980 quando, ao invés de ser visto como o espaço de uma cultura transcendente, encar-nação da 'civilização', passou a ser considerado lugar de representação das diferenças e dos conflitos entre diversas culturas; mudou assim suas formas de representação, ampliou seu público e diversificou seus formatos. (PINHEIRO, 2004)

O museu ocupou um lugar de destaque na consolidação da identidade nacional, como o papel do *Louvre* na França e do *British Museum* na Inglaterra. Pinheiro (2004) relembra que o processo de constituição do estado nacional acarretou um alargamento de seu poder sobre os cidadãos, expresso, entre outras coisas, pela educação e comunicação. Dentro desse conceito de ampliar o público e diversificar o formato do museu, destacam-se os recursos tecnológicos que estão emergentes e em crescente expansão. Um dos principais recursos da internet e das redes sociais é ampliar o acesso à informação. Atualmente, a cada minuto temos milhares de pessoas conectadas e trocando informações. Além das pessoas já inseridas no mundo virtual, existe um esforço do governo e da sociedade em ampliar de forma rápida e eficiente o acesso através de programas de inclusão digital e consequentemente inclusão social. Explorar as técnicas museográficas dentro deste novo contexto é, além de uma prioridade, uma necessidade da modernidade.

4 Recontextualização do objeto museal em ambientes virtuais

Segundo Baracho e Barbosa (2011), atualmente existem recursos tecnológicos que vão além do que é utilizado capazes de transpor e mudar as opções atuais da museologia em todo o seu contexto. Com a facilidade de acesso à informação, a Ciência da Informação busca resultados cada vez mais apurados para organização e recuperação da informação em diferentes contextos.

As tecnologias digitais vêm contribuindo para a preservação de obras raras, bem como disponibilizando sua informação de modo a manter intacto o material original. O museu deve utilizar os diversos recursos tecnológicos para otimizar a comunicação com o público (NARDINO, 2005).

O resultado de uma pesquisa em museus portugueses analisa como as tecnologias ampliam os recursos de distribuição e divulgação da informação, como atendem a demanda cultural nos espaços museais e destaca que os museus, inseridos no contexto tecnológico, podem extrapolar suas limitações e permitir via web a disposição de um “infinito” arcabouço de saberes, guiados pela realidade virtual e pelo conjunto de ferramentas disponíveis (PEDRO, 2010).

No campo da Biblioteconomia, a utilização de tecnologias para criação, edição, divulgação e utilização de bibliotecas virtuais tem possibilitado o acesso de maneira virtual, ampliando para além da noção tradicional de biblioteca os recursos de organização, armazenamento e disposição de obras e conteúdos. O acesso amplo universaliza o público, democratiza o acesso e requer recursos tecnológicos de sistemas de informação (LEVACOV, 1997).

Rico (2009), fala das novas tecnologias e da transformação que a aplicação dessas tecnologias vem assumindo nas atividades humanas, tanto do ponto de vista de conteúdo como da metodologia de trabalho. Analisa sobre a relação do emprego dessas tecnologias com o universo da exposição. Três campos específicos são especialmente sensíveis aos meios de comunicação utilizados em um museu: a técnica, que deve ser bem aplicada para melhorar o diálogo entre a obra e o espectador, a criação e criatividade da obra ao ser exposta ao público e por fim as transformações que o uso de novos recursos vem acarretando aos projetos de exposição digital e virtual.

A realidade apresentada pela tecnologia para espaços virtuais chega a uma precisão de não conseguir definir o limite entre o real e o virtual, ou distinguir o que existe do que não existe.

5 Conclusão

Sustentamos a hipótese de que o papel do objeto museal recontextualizado nos ambientes virtuais depende, sobretudo, da presença de sintonia e de articulação entre as pessoas envolvidas em seu planejamento comunicacional e informacional. Envolve-se profissionais de áreas da computação quanto a habilidade dos profissionais da museologia e Ciências afins. Acreditamos que a presença de sintonia e de articulação entre as pessoas envolvidas no planejamento comunicacional e informacional do objeto museal em ambientes virtuais possa, no decorrer do processo comunicativo, contribuir para a construção do papel do objeto museal em três momentos.

No primeiro momento, o aparecimento de convergências informacionais sobre o papel do objeto museal e sua relação com a memória, o imaginário, gerando coerências em estratégias comunicativas.

No segundo momento, a difusão da imagem virtual para a sociedade de objetos museais expostos em ambientes não virtuais (museus), despertando credibilidade quanto à veracidade das informações e das imagens divulgadas. A recuperação da informação de maneira rápida e precisa, com eficiência e eficácia.

E no terceiro momento, a sustentabilidade dos processos comunicativos junto à mídia e o **visitante-usuário**.

As novas tecnologias possuem recursos eficientes e elementos de ciberespaço capazes de potencializar novas estruturas mentais, maneiras de divulgar a informação e comunicação e construir o conhecimento.

The object of the museum in different contexts and media

ABSTRACT

The aim of this paper is to study the role of the museum object and its relationship with memory, the imagination in the construction of communication and appropriation of information in different contexts and media. We argue that the construction of communication and appropriation of information in different contexts and media, regarding the museum object requires the organization of communications strategies that not only can manage and deliver information in different media, but above all, to establish relationships between areas knowledge related to virtual reality, virtual spaces, database, information systems, computer graphics and digital image processing, to provide strategies and re-contextualize the object museographic museum. We are interested in showing how, within the communication of the object, planning strategies of appropriation of information in the context of web depends both on the coordinated work among professionals of the area of computing, and the of professionals in museology over the role of the object of the museum and its relationship with memory in the processes of cultural creation. In order to reveal how images of museum spaces and objects disclosed by virtual museums, social networking can give credit to the museum object communication in virtual environments.

KEYWORDS: Virtual museum. Museum object. Memory. Communication. Information.

El objeto de museo en diferentes contextos y medios de comunicación

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es estudiar el papel del objeto de museo y su relación con la memoria, la imaginación en la construcción de la comunicación y la apropiación de la información en diferentes contextos y medios de comunicación. Nosotros sostenemos que la construcción de la comunicación y la apropiación de la información en diferentes contextos y medios de comunicación, en relación con el objeto de museo requiere la organización de estrategias de comunicación que no solo se puede gestionar y entregar la información en diferentes medios, pero sobre todo, para establecer relaciones entre las áreas conocimientos vinculados a la realidad virtual, los espacios virtuales, bases de datos, sistemas de información, computación gráfica y de procesamiento de imágenes digitales, para proporcionar estrategias y re-contextualizar el objeto. Estamos interesados en mostrar cómo, en el objeto de comunicación musealización, la planificación de estrategias de apropiación de la información en el de la Web los medios de comunicación depende tanto del trabajo coordinado entre los profesionales en las áreas de la informática, y la capacidad de los profesionales en torno a las diferencias en la museología, los desacuerdos sobre el papel del objeto de museo y su relación con la memoria en los procesos de creación cultural. Con el fin de revelar cómo las imágenes de los objetos del museo por la generalización de los museos virtuales, el sitio de redes sociales puede reducir al mínimo los desacuerdos y dar crédito a la comunicación objeto de museo en entornos virtuales.

PALABRAS CLAVE: Museo virtual. Objeto de museo. Memoria. Comunicación. Información.

Referências

BARACHO, Renata; BARBOSA, Cátia. Museus: patrimônio virtual. **Revista Museu**, 2011. Disponível em: <<http://www.revistamuseu.com.br/18demaio/artigos.asp?id=28651>>. Acesso em: 25 de jul. 2011.

BARBOSA, Cátia Rodrigues. **La Muséologie à l'épreuve de La phénoménologie**: la mise en scène des musées scientifiques et techniques. Paris: Editions Universitaires Europeenes, 2010.

BARRETO, A. Memória e sociedade contemporânea: apontando tendências. Memory and contemporary society: pointing out tendencies. p.161-176. **Revista ACB**, América do Norte, 12, nov. 2007. Disponível em: <http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/view/506/651>

CASTRO, Ana Lúcia Siaines. **O Museu do sagrado ao segredo**. Rio de Janeiro: Revam, 2009.

CELANI, Gabriela; PUPO, Regiane; PINHEIRO, Érica; BERTHO, Beatriz. Técnicas de fabricação digital e prototipagem rápida para a confecção de modelos. In: 8º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, v. 8, 2008, São Paulo.

LEVACOV, M. Bibliotecas virtuais: (r)evolução?. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 2, maio 1997.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

NARDINO, A. T. D., CAREGNATO, S.E. O Futuro dos livros do passado: a biblioteca digital contribuindo na preservação e acesso às obras raras. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 381-407, jul./dez. 2005.

NASCIMENTO, Rosana. O Objeto museal como objeto de conhecimento. **Cadernos de Sociomuseologia**, Lisboa, v. 3, n. 3, 1994. Disponível em: < <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/304>>

PEDRO, Alexandra Raquel. Os Museus portugueses e a Web 2.0. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 2, ago. 2010.

PINHEIRO, Marcos José. **Museu, memória e esquecimento: um projeto da modernidade**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

RICO, Juan Carlos. **Cómo se cuelga un cuadro virtual? Las exposiciones en la era digital**. Madrid: Ediciones Trea, 2009.

Renata Maria Abrantes Baracho

Porto

Doutora em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora adjunta do Departamento de Teoria e Gestão da Informação, Curso de Museologia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: renatabaracho@eci.ufmg.br

Cátia Rodrigues Barbosa

Doutora em Museologia pela Escola de Doutorado do Museu Nacional de História Natural de Paris (MNHN- França). Professora adjunta do Departamento de Organização e Tratamento da Informação - Curso de Museologia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: catiarb@eci.ufmg.br