

## **MUSEUS VIRTUAIS E CIBERMUSEUS: A INTERNET E OS MUSEUS<sup>1</sup>**

Rosali Henriques, mestre em Museologia na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia de Portugal. 2004.

### **Os museus e a internet**

A Internet é algo ainda muito novo, pois a proliferação de seu uso começou efectivamente na década de 90 do século XX. Em termos históricos é um tempo muito curto. No entanto, já é possível verificar algumas transformações ocorridas em várias áreas do conhecimento em decorrência do advento da Internet. Hoje, é quase impossível pensar num mundo sem a sua presença, mesmo que boa parte de seus usuários viveram sua infância, adolescência e juventude sem usá-la.

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

Assim como uso da Internet pelos museus ainda é algo recente, as discussões sobre este uso também o são. Em 1991, realizou-se em Pittsburgh, na Pensilvânia a primeira conferência sobre o uso da hipermídia e da interatividade nos museus. Mais conhecida pela sigla ICHIM - International Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums - esta conferência tem se realizado bianualmente nos Estados Unidos e em alguns países da Europa para discutir as questões sobre o uso das novas tecnologias nos museus<sup>2</sup>. O objetivo dessas conferências é promover o potencial da multimídia interativa nos programas dos museus. Nesse sentido também, em 1993, o MDA - Museum Documentation Association -

---

<sup>1</sup> - Este artigo é parte da dissertação de mestrado em Museologia cujo título é "**Memória, museologia e virtualidade: um estudo sobre o Museu da Pessoa**", defendida em 2004, pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, de Lisboa.

<sup>2</sup> - As informações sobre todas as conferências já realizadas encontram-se no site da instituição Archives & Museums Informatics, no endereço <http://www.archimuse.com/conferences/ichim.html>.

organizou em Cambridge um congresso sobre Museus e Interactividade. Este congresso deu ênfase ao uso da multimídia nos museus<sup>3</sup>.

Em relação ao uso da Internet pelos museus, os primeiros debates surgiram em 1997 quando se realizou em Los Angeles, na Califórnia, a primeira conferência sobre museus e Internet. Chamadas de Museums and Web, estas conferências são realizadas anualmente nos Estados Unidos ou Canadá e têm como objetivo reunir os profissionais dos museus, principalmente aqueles ligados às áreas de novas tecnologias, para discutir as questões pertinentes ao uso da Internet pelos museus<sup>4</sup>.

Em relação às discussões institucionais, é preciso verificar que o ICOM não possui um comitê específico sobre Internet e interatividade nos museus, por isso, as discussões sobre as novas tecnologias nos museus são efetuadas pelo seu comitê de documentação, o CIDOC – International Committee for Documentation, através de um grupo de trabalho específico sobre o uso da Internet. Criado em 1992 durante o encontro do ICOM em Québec, este grupo de trabalho começou a produzir durante o encontro na Noruega, em 1995, um documento sobre o uso de multimídia nos museus<sup>5</sup>. Em 1996 o documento foi finalizado e traça algumas diretrizes sobre este novo desafio para os museus. O objetivo é esclarecer questões fundamentais sobre multimídia e a preservação do patrimônio através do uso das novas tecnologias nos museus. No entanto, diz muito pouco sobre o uso da Internet nos museus.

A Internet possibilitou transformar átomos em bits. Ou seja, matéria palpável (objetos) em código binário. Nesse sentido, os museus passam a trabalhar com referências patrimoniais digitais na Internet. E, portanto, passíveis de serem trabalhadas de várias formas. Além disso, a Internet possibilitou aos museus interagir de forma globalizada, alterando a noção de tempo e de espaço. Ou seja, o museu na Internet nunca fecha.

---

<sup>3</sup> - O MDA é uma organização, criada na Inglaterra em 1977. Tem como objetivo desenvolver atividades de discussão, publicação e formação na área de documentação museológica. Mais informações sobre suas atividades podem ser obtidas no site do MDA: <http://www.mda.org.uk>.

<sup>4</sup> - Os programas das discussões, bem como a publicação dos *papers* das conferências podem ser consultados no site <http://www.archimuse.com/conferences/mw.html>.

<sup>5</sup> - O documento final produzido pelo grupo de trabalho pode ser encontrado no site do CIDOC, pelo endereço <http://www.willpowerinfo.myby.co.uk/cidoc/multi1.htm>.

Na Internet é possível abrir mão da exposição tridimensional tradicionalmente usada pelos museus como forma de divulgação de seu acervo, criando novas perspectivas de apresentação do acervo. Além disso, a Internet possibilita visitas virtuais, podendo atrair mais público para a visita 'real'. Ou seja, além de ser um cartão de visitas do museu, a Internet possibilita o acesso ao patrimônio de uma forma mais ampla.

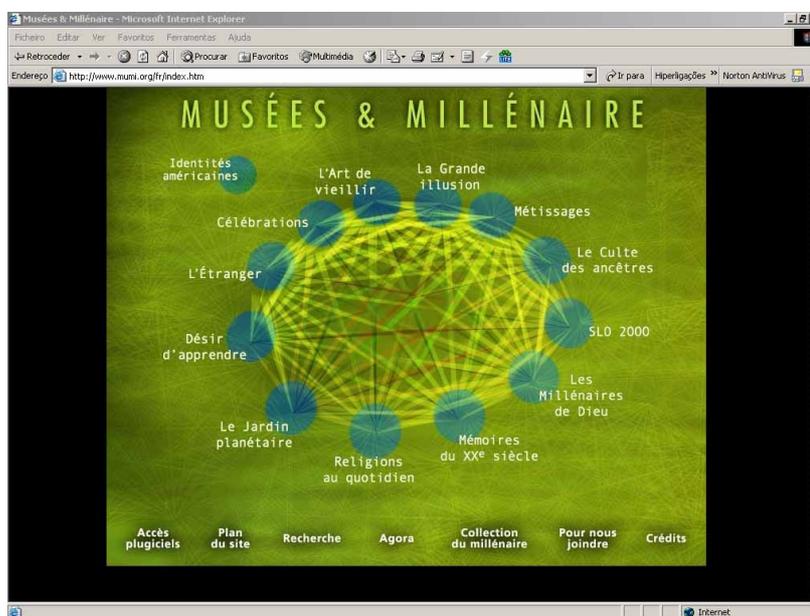
Atualmente um grande número de museus possui sites institucionais. Como qualquer instituição do século XXI, os museus também buscam levar ao grande público informações sobre o conteúdo do seu acervo e sobre as atividades culturais desenvolvidas em seu espaço. Assim, o uso da Internet como meio de divulgação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

Uma questão que se coloca é **como** a Internet é usada pelos museus. Mais do que um veículo de comunicação, a Internet permite uma maior interação com o público, mas também com os especialistas. Além do uso como uma ferramenta de marketing, 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, rede de comunicação, etc., pois a Internet possibilita uma troca de experiências entre os profissionais dos museus de forma mais rápida e consistente. Nesse sentido, a troca de informações e discussões sobre temas no âmbito da museologia, através da criação de redes de informação é uma ferramenta que pode ser usada na Internet.

Outras formas de uso da Internet pelos museus são colaborações multi-institucionais. Nesse caso, a instituição responsável pelo projecto

convida outras instituições a participarem com conteúdos específicos, criando exposições permanentes na Internet. Um exemplo disso é a exposição "Museus e Milênio", promovida pelo Museu da Civilização de Québec em 2000. Naquele ano, o Museu da Civilização convidou várias instituições museológicas de todo o mundo para criar conteúdos ou expor conteúdos dos seus acervos relativos ao século XX. O resultado é uma exposição de conteúdos culturais e patrimoniais de vários museus no mundo. Nesta exposição colaboraram doze museus de várias partes do mundo: França, Estados Unidos, Suíça, Suécia, Eslovénia, Brasil, Canadá, Madagáscar, Itália e Alemanha. Este tipo de colaboração, embora mais raro, é de fundamental importância, pois permite que os museus usem a Internet no seu melhor: criando laços virtuais com outras instituições. Infelizmente, a maioria dos museus ainda não viram a potencialidade de utilizar a Internet para este tipo de colaboração inter-institucional. Para estas instituições, a Internet serve apenas como um grande painel para afixar suas informações institucionais, e não como uma ferramenta de troca e entrelaçamento de referências patrimoniais.

**Figura 1 - Página principal da exposição "Museus e Milênio"**



Fonte: <http://www.mumi.org>

## Tipos de sites de museus

Os museus estão acessíveis na Internet sob mais variadas formas, mas existem três tipos básicos de sites, baseadas na tipologia criada em 1996 por Maria Piacente, citada por Lynne Teather (1998)<sup>6</sup>. Em sua tese de Masters of Arts nos Estados Unidos, Piacente enumera três categorias de *websites* de museus. A primeira categoria de sites é o **folheto eletrônico**, cujo objetivo é a apresentação do museu. Este tipo de site funciona como uma ferramenta de comunicação e de marketing. O utilizador tem acesso à história do museu, aos horários de funcionamentos e às vezes ao corpo técnico do museu. É o tipo mais comum em quase todos os museus. Alguns são mais bem elaborados, dependendo dos recursos existentes no museu, mas todos têm como objetivo principal ser uma apresentação visual, tal como um folheto, do museu. Nesse caso, a Internet funciona como uma forma de tornar o museu mais conhecido e também possibilitar um acesso mais fácil pelos utilizadores da rede mundial de computadores.

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

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

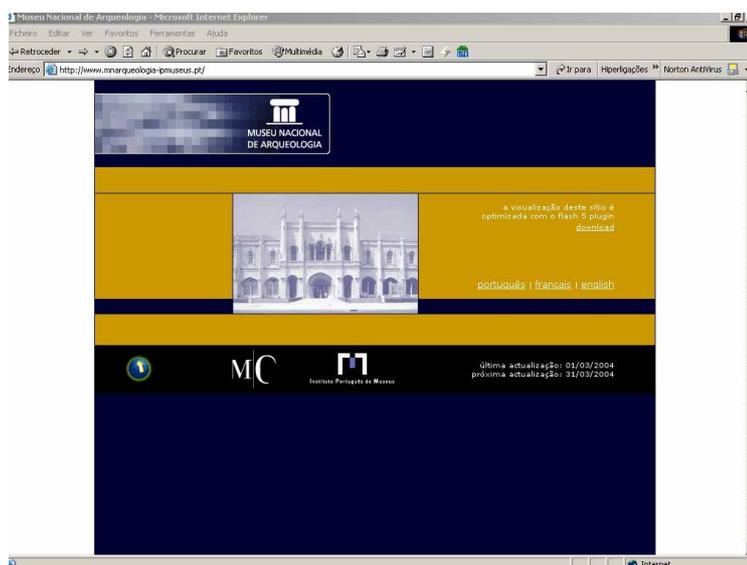
---

<sup>6</sup> - PIACENTE, Maria. **Surfs Up\_: Museums and the world Wide Web**, MA Research Paper, Museum Studies Program, University of Toronto, 1996. Infelizmente não tivemos acesso às informações originais.

bases de dados do seu acervo, mostrando objetos que não se encontram em exposição naquele momento ou mesmo disponibilizam informações sobre determinado assunto.

Nesta categoria podemos encontrar alguns sites de museus brasileiros e portugueses. Entre eles destacamos o site do Museu Nacional de Arqueologia, tutelado pelo Instituto Português de Museus de Portugal. Além de todas as informações pertinentes a um site de museu, o MNA possui uma visita virtual ao seu acervo, onde é possível conhecer todas as secções expositivas do museu. Além disso, algumas peças do acervo foram seleccionadas e podem ser visualizadas em três dimensões. É possível comprar *online* os produtos da loja do museu, ou seja, o site também presta serviço de *e-commerce* para o museu<sup>7</sup>. O site do MNA não se restringe às atividades do Museu mas é também um site de informações e referências sobre arqueologia em Portugal. Premiado pela Unesco em 2002 com 'Web Art d'Or', de melhor site de museus do mundo, o Museu Nacional de Arqueologia é um bom exemplo de um site de museu no mundo virtual.

**Figura 2 – Página de entrada do site do Museu Nacional de Arqueologia**

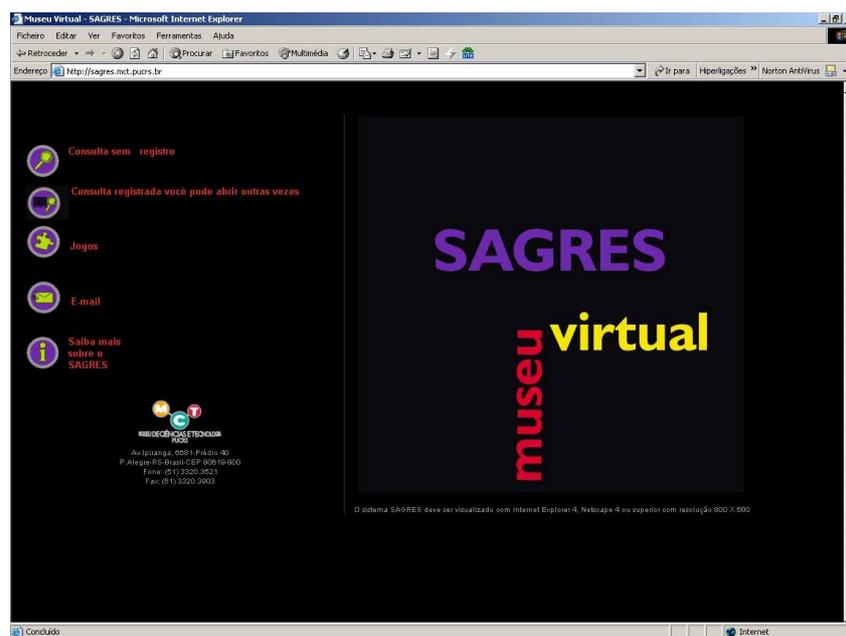


Fonte: <http://www.mnarqueologia-ipmuseus.pt/>

<sup>7</sup> - A palavra *e-commerce* designa o comércio eletrônico realizado através da Internet. Para ser um *e-commerce* não basta apresentar os produtos, é preciso que o utilizador possa comprar os produtos sem a necessidade de se deslocar ao museu.

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

**Figura 3 – Página de entrada do Museu Virtual Sagres**



Fonte: <http://sagres.mct.pucrs.br>

Um bom exemplo de um *website* de um museu que trabalha com interatividade é o caso do Museu de Ciência e Tecnologia de Porto Alegre, cujo formato virtual tem o nome de Sagres. Ligado à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, o Sagres possui conteúdos e formatos diferentes do museu físico. A idéia original não foi reproduzir o museu físico, mas trabalhar os conteúdos do museu de forma lúdica, criando outras

atividades de interação que o museu físico não possibilita. No projeto do Sagres, a idéia básica é a interação do público. Os internautas podem fazer pesquisas sobre ciência e tecnologia e brincar com os seus conhecimentos dessas disciplinas. Segundo Ana Bertolotti e Antônio Costa (1999), o sistema é um ambiente de educação e procura adaptar os seus conteúdos às características dos utilizadores.

Utilizamos esta tipologia apenas para distinguir a forma como os museus trabalham a Internet. No entanto, é preciso deixar claro que um site de museu não é, necessariamente, um museu virtual. Ele é apenas um site de museu.

### **Sobre o conceito do museu virtual**

O conceito de museu virtual ainda é algo muito novo na museologia. Ele surgiu a partir da década de 90 do século XX. Antes disso, o uso da Internet estava restrito ao ambiente acadêmico. Foi somente com a proliferação da Internet comercial, a partir de 1994, que os museus começam a apresentar-se de forma virtual.

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

*"Os «museus virtuais», por exemplo, não são muitas vezes senão maus catálogos na Internet, enquanto que o se «conserva» é a própria noção de museu enquanto «valor» que é posta em causa pelo desenvolvimento de um ciberespaço onde tudo circula com fluidez crescente e onde as distinções entre original e cópia já não têm evidentemente razão de ser." (LÉVY, 2000: 202)*

A questão levantada por Lévy é importante, na medida em que a discussão sobre os museus virtuais ainda é incipiente. Lévy nesta afirmação dá uma pista de como os especialistas poderiam trabalhar a questão dos

museus virtuais, discutindo a própria noção de valor e de conservação de patrimônio. Nesse sentido, a maioria dos museus virtuais, está mais preocupada em apresentar e justificar sua faceta virtual através de representações, do que utilizar as potencialidades que a Internet oferece para a interação com o utilizador.

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

Entre estes autores que trabalharam sobre a questão dos museus virtuais, destaca-se Bernard Deloche, que discute a questão sob um prisma filosófico. Em sua obra 'Le musée virtuel', publicada em 2001, Deloche estuda a questão da virtualidade no processo museológico. Debruçando-se basicamente sobre os museus de arte, Deloche estuda o que ele chama de tripla reciprocidade da arte. Para ele, a arte está ligada a três termos fundamentais: o estético, o museal e o virtual. O *estético* teria como processo o sentir, o *museal* expor e o *virtual* substituir. Para Deloche (2001: 17), o virtual é onipresente e possibilita a emergência de uma outra cultura, pois o virtual alargou o campo da expografia.

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

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

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

Tanto Antonio Battro (1999) quanto Bernard Deloche (2001) trabalham com a concepção de museu virtual, baseados no conceito de museu imaginário defendida por André Malraux. Malraux (2000) propunha a criação de um museu imaginário que serviria para abrigar todas as obras de arte do mundo, devidamente fotografadas. Esse museu, segundo Malraux, seria um espaço da memória viva. Assim, cada pessoa poderia ter o seu próprio museu imaginário. O museu virtual é uma espécie de um museu imaginário porque ao mesmo tempo que trabalha com a reprodução, prioriza o uso da imagem como referência patrimonial. Nesse sentido, *"El museo virtual es mucho más que poner fotos en Internet de las reservas, colecciones permanentes y muestras temporarias. Se trata de concebir un museo totalmente nuevo"*<sup>8</sup> (BATTRO, 1999). Nesse sentido, o museu virtual não é a reprodução de um museu físico, mas um museu completamente novo, criado para traduzir as ações museológicas no espaço virtual. O museu imaginário proposto por Malraux também é um museu novo, criado por cada um de nós, com as imagens que selecionamos e reproduzimos dos museus físicos. Nesse sentido, o museu imaginário de Malraux também é

---

<sup>8</sup> - Tradução livre: "O museu virtual é muito mais do que por fotos na Internet das reservas, coleções permanentes e exposições temporárias. Trata-se de conceber um museu novo".

um museu virtual, pois cada pessoa poderia ter o seu próprio museu de reproduções.

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

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

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

Em relação ao conceito do museu virtual é preciso esclarecer que o museu virtual pode ter duas configurações: vertentes virtuais de determinado museu físico, ou seja, podem ser uma outra dimensão do museu físico (como o Sagres, por exemplo) ou museus essencialmente virtuais. Nesse caso, a existência de um museu virtual não pressupõe a

existência de um museu físico<sup>9</sup>. No primeiro caso, os museus virtuais são complementos do museu físico, pois podem trabalhar suas ações museológicas de forma diferente em suas duas vertentes. Nesse sentido, o processo museológico é muito enriquecedor, pois o público terá duas abordagens diferentes de um mesmo patrimônio: uma abordagem presencial e uma abordagem remota.

No segundo caso, as ações museológicas são efetuadas, na sua maioria, no seu espaço virtual, ou seja, não é um museu a ser visitado pelo público em seu espaço físico. Isso, no entanto, não invalida algumas ações museológicas fora do seu espaço virtual e do espaço físico, mas a essência das suas atividades museológicas concentra-se no seu espaço virtual.

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

A existência da Internet deu ao projeto um novo fôlego, pois permitiu que um maior número de pessoas tenha acesso às informações recolhidas pela equipe. O site, criado em 1998, é a face mais visível do projeto. Nele, é possível consultar as réplicas digitais das obras já localizadas e catalogadas e conhecer um pouco mais sobre a vida e a obra de Portinari<sup>10</sup>. O site tem uma seção específica para o trabalho com as crianças. Nela

---

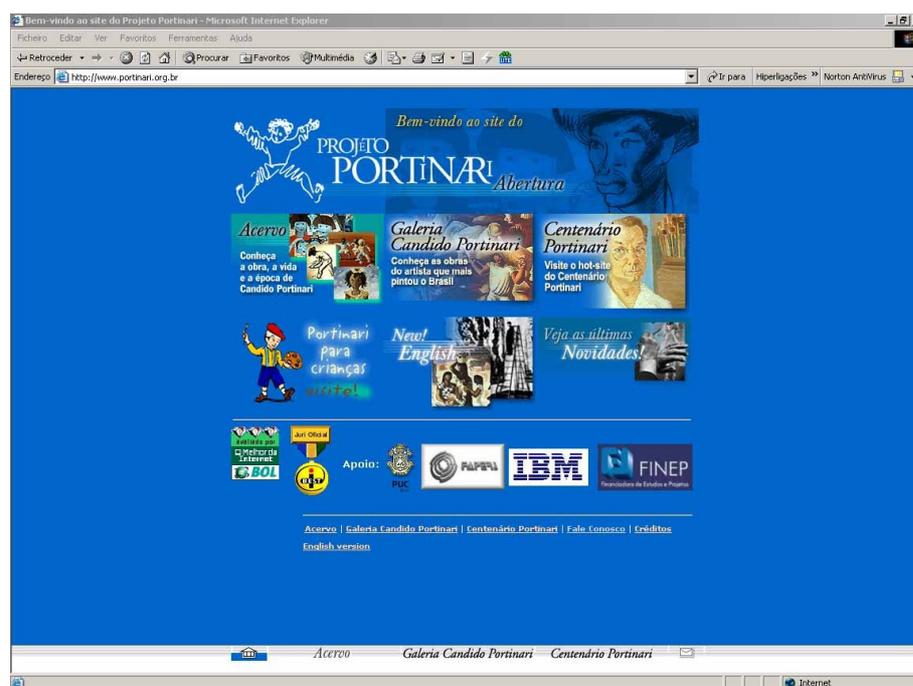
<sup>9</sup> - Aqui devemos deixar claro que a não existência do museu físico não pressupõe a existência somente do site, pois o museu pode ter um endereço físico, mas o que o torna virtual é a forma como são desenvolvidas suas ações museológicas, ou seja, elas são efetuadas no espaço virtual e não no espaço físico. O museu virtual, essencialmente virtual, não abre suas portas para o atendimento ao público em seu espaço físico.

<sup>10</sup> - Boa parte das obras de Cândido Portinari encontra-se nas mãos de colecionadores particulares.

pode-se encontrar sugestões de atividades para os professores desenvolverem com seus alunos na sala de aula. A ideia é trabalhar o conteúdo do site de forma lúdica e atraente para o público infanto-juvenil.

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

**Figura 4 – Página principal do Projeto Portinari**



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

Uma outra questão que é pertinente quando discutimos o conceito de museu virtual é entender a concepção utilizada por alguns sites de museus, inclusive alguns museus virtuais, de que um museu é um edifício que comporta uma coleção, para deleite de seu público. Esta é uma concepção de museu enraizada no século XIX e que o movimento da Nova Museologia questionou, contrapondo-a com uma nova concepção de museu que se

baseia no patrimônio, de uma comunidade, estabelecida num determinado território. Ao reproduzir a configuração de um edifício, com todas as suas características, o museu virtual está reforçando o conceito de museu existente na mentalidade da maioria das pessoas. Mesmo projetos de museus essencialmente virtuais, como é o caso do Museu Virtual de Arte Virtuais, criado com já com este objetivo, continuam a reforçar essa idéia<sup>11</sup>.

O *design* do MUVA, construído provavelmente em VRML, reproduz as divisões físicas de um museu tradicional<sup>12</sup>. Ao entrar no site, o utilizador tem a sensação de visitar um edifício de um museu com os espaços físicos necessários: recepção, escadas, corredores, salas para exposições individuais, exposições coletivas, etc. Maria Luísa Bellido Gant (2001: 252) chega mesmo a afirmar que o MUVA, enquadra-se na tipologia mais avançada dos museus virtual, pois "(...) *se estructura como un auténtico[sic] museo, con seis plantas, todas ellas navegables, vestíbulo, passilos, escaleras, ascensores...*<sup>13</sup>". Discordamos dessa autora nesse aspecto, primeiro porque um museu virtual já é um autêntico museu, ou seja, ele não precisa reproduzir fisicamente um museu para ser considerado um autêntico museu virtual. E em segundo lugar, uma visita virtual não faz dele um museu virtual, pode ser apenas um bom site de museu. Não se pretende aqui questionar a utilização do MUVA, recorrendo ao edifício para mostrar que é um museu virtual, mas sim a idéia de que para ser um museu virtual autêntico é necessário reproduzir um museu físico.

---

<sup>11</sup> - O MUVA – Museu de Artes Virtuais, mantido pelo jornal El País, é um museu virtual com reproduções de obras de arte uruguaia.

<sup>12</sup> - VRML - Virtual Reality Modeling Language - é uma linguagem vectorial utilizada em desenhos 3D e multimídia.

<sup>13</sup> - Tradução livre: "(...) *se estructura como un auténtico museo, con seis andares, todos eles navegáveis, recepción, corredores, escadas, elevadores...*"

**Figura 5 - Recepção do MUVA**

Fonte: <http://www.elpais.com.uy/muva/>

No nosso entender, um dos méritos dos museus virtuais, além de poderem interagir de forma mais dinâmica com os utilizadores, é questionar o conceito de que para ser museu é necessário ter um edifício. Nesse sentido, os museus virtuais ou os sites de museus que têm essa opção de apresentação continuam a reforçar esta idéia, podendo tornar-se simulacros de museus. O que podemos definir como museu virtual é aquele que faz da Internet espaço de interação através de ações museológicas com o seu público utilizador. Os museus virtuais são livres, no entanto, para utilizar metáforas que lhes apetercer para a navegação, utilizando de plantas baixas ou desenhos simulando edifícios de museus. No entanto, é preciso deixar claro que a existência de um museu não pressupõe necessariamente um espaço físico, mesmo que simulado virtualmente.

### **Considerações finais**

A Internet trouxe para a museologia uma nova perspectiva. Não só porque permitiu potencializar o acesso aos museus de forma mais ampla, mas também por dar oportunidade aos museus de saírem de seus muros. As ações museológicas dos museus, exercidas através da Internet podem ter um alcance muito maior do que aquelas que são exercidas em seu espaço físico, pois elas podem abranger um público muito maior. Os museus que sabem tirar proveito de todas as possibilidades que a Internet

oferece, criando seus próprios museus virtuais, conseguem ir além de suas fronteiras. Além disso, a possibilidade de uma interação maior com o público é a grande vantagem da criação de museus virtuais, sejam eles representações virtuais de museus já existentes ou criados especialmente para a rede mundial de computadores.

Em nosso entendimento, boa parte dos museólogos e especialistas de museus ainda não está ciente da revolução que a Internet pode fazer pelos museus. Talvez isso explique a falta de interesse em utilizar todas as possibilidades que a Internet oferece, criando sites apenas informativos, trabalhando a Internet apenas como se fosse apenas um folheto eletrônico do museu. Não estamos aqui fazendo juízo de valor sobre aqueles sites que são apenas informativos, pois sabemos que uma série de fatores é responsável pela escolha de determinado tipo de site, entre elas, a econômica, mas alertamos para o fato de que a maioria dos profissionais dos museus ainda não vêem a Internet como uma ferramenta que pode fazer do museu uma instituição mais dinâmica e mais interativa.

Além disso, como vimos, muitos autores ainda vêem o museu virtual como um simulacro de um museu físico, ou seja, estão arraigados no conceito de museu como um espaço de exposição de determinada coleção.

E isso, infelizmente, restringe o uso da Internet pelos museus, tornando seus sites, mesmo aqueles mais interessantes e atrativos, apenas sites de museus e não museus virtuais.

## **Bibliografia**

BATTRO, António - Museos imaginarios y museos virtuales [Em linha]. **FADAM**, agosto de 1999. [Consult. 1 Março 2004]. Disponível na WWW: <http://www.byd.com.ar/bfadam99.htm>

BELLIDO GANT, Maria Luísa - **Artes, museos y nuevas tecnologías**. Gijón: Trea, 2001. p. 342.

BERTOLETTI, Ana Carolina ; COSTA, Antônio Carlos - Sagres: a virtual museum [Em linha]. In: BEARMAN, David; TRANT, Jennifer [eds.] - **Museums and the Web 99**. [Consul. 1 Março 2004]. Disponível na WWW: <http://www.archimuse.com/mw99/papers/bertoletti/bertoletti.html>

DELOCHE, Bernard - **Le musée virtuel**: vers un éthique des nouvelles images. Paris : Presses Universitaires de France, 2001. p. 261 (Questions actuelles)

LÉVY, Pierre - **Cibercultura**. Lisboa : Instituto Piaget, 2000. p. 281.

MALRAUX, André - **O museu imaginário**. Lisboa : Edições 70, 2000. p. 245. (Arte & Comunicação, 70).

MCKENZIE, Jamieson - Building a virtual museum community. In: BEARMAN, David ; TRANT, Jennifer [eds.] - **Museums and the Web 97**: selected papers. Pittsburgh : Archives & Museums Informatics, 1997. pp. 77-87.

SCHWEIBENZ, Werner - **The virtual museum**: new perspectives for museums to present objects and information using the Internet as a knowledge base and communications systems [Em linha]. Actual. 1998. [Consult. 2 Março 2004]. Disponível na WWW: [http://www.phil.uni-sb.de/fr/infowiss/projekte/virtualmuseum/virtual\\_museum\\_ISI98.htm](http://www.phil.uni-sb.de/fr/infowiss/projekte/virtualmuseum/virtual_museum_ISI98.htm)

TEATHER, Lynne - A museum is a museum is a museum... Or Is It?: Exploring Museology and the Web [Em linha]. In: BEARMAN, David. ; TRANT, Jenifer [eds.]. **Museums and the Web 1998**. [Consult. 2 Fevereiro 2004] Disponível na WWW: [http://www.archimuse.com/mw98/papers/teather/teather\\_paper.html](http://www.archimuse.com/mw98/papers/teather/teather_paper.html)

TOTA, Anna Lisa - **A sociologia da arte**: do museu tradicional à arte multimédia. Lisboa : Editorial Estampa, 2000. p. 231.