

Perspectivas didácticas e comunicativas da Museologia e da Museografia no Design.

A ‘arquitectura’ dos novos espaços museais.

Sílvia Rala

Faculdade de Arquitectura | Universidade Técnica de Lisboa

silvia.rala@mvcc.com.pt

www.mvcc.com.pt

Abstract

The communication tool of the global information network has become a means of dissemination of museum spaces. But how do the New Museology and New Museography offer and expose their assets to society on cyberculture?

These new forms of cultural communication, using new technologies, allow the occurrence of new types of museums. However, how can we classify them? How can New Museology and New Museography contribute to the spread of the heritage of Design?

Museologia, Museografia e Design

O museu é um espaço ao serviço da sociedade onde a cultura e a educação misturam-se com o lazer. Assim, o museu como um elemento importante na preservação e desenvolvimento cultural da sociedade é um meio que consideramos indispensável para valorizar e disseminar os bens de Design. A crescente globalização das tecnologias de informação nos museus disponibiliza à sociedade diferentes canais de comunicação e de educação. Deste modo, as instituições museais têm de se transformar em meios activos na utilização destes novos recursos.

Sabemos que a grande maioria dos museus, actualmente, já criou e gere os seus sites. Contudo, é emergente a contribuição da Museologia e das Novas Museografias na criação de novas arquitecturas e estratégias comunicativas nos espaços museais de Design. O termo ‘comunicação’ é abrangente e não se limita a uma única área de trabalho. É um processo que envolve a troca de informações, recorre aos sistemas simbólicos como suporte e envolve uma infinidade de processos comunicativos (Berlo, 1997).

O Design Gráfico é um projecto visual e funcional de um produto que transforma a informação em comunicação através de um conjunto de símbolos legíveis. Também a Museologia é um processo de comunicação na orientação das actividades do museu, ou seja, os museus não são só fontes de informação e educação, mas espaços de comunicação. Os museus transmitem mensagem através da linguagem museológica e museográfica, configurando significados, ideias e emoções, produzindo discursos de cultura (Cadernos de Museologia nº15, 1999).

Aliar a Museologia e a Museografia à dimensão global e à democratização das “obras de Design” é importante para o desenvolvimento científico e prático do

Design, e na valorização da disciplina com dimensão estética, artística e de memória em contexto museal, pelo que julgamos importante estudar as formas de comunicação e o modo como disponibilizamos e expomos à sociedade o património na cibercultura. E como a Nova Museologia e as Novas Museografias podem contribuir para a disseminação do conhecimento técnico, artístico e histórico das produções de Design? Segundo o movimento da Nova Museologia "(...) o museu é visto como uma instituição social, adaptado às necessidades da sociedade (...). O museu deixou de ser um mero depósito de obras raras de carácter cultural e passou a ser uma instituição voltada para o desenvolvimento"¹ Está sempre em renovação e tem um papel activo no processo de desenvolvimento da sociedade, criando condições para transmitir o seu trabalho a um maior número de pessoas (Fernández, 1999).

Actualmente a internet é uma ferramenta de comunicação activa a nível global. Entre os meios de comunicação, a internet conquistou públicos e tornou-se numa ferramenta de acesso à informação. Oferece à Museografia novas possibilidades de expressão - as Novas Museografias. A *world wide web* (www) promoveu para a cultura museal uma nova perspectiva e avanço da disponibilização do património cultural e documental através do acesso aos bens culturais em catálogos e bases de dados on-line. As novas gerações de visitantes dos museus começam a assumir esta transmissão de informação como uma exigência e necessidade.

Rejeitar as Novas Museografias nos museus, seria, provavelmente, contribuir para a sua extinção como espaço cultural de comunicação. Neste sentido, GARCIA N. (2003) referia que os museus têm de "desdramatizar as novas tecnologias, passando a olhar para elas como um veículo de comunicação, (...) com a vantagem de permitirem possibilidades quase ilimitadas na utilização dos recursos do museu pelos seus visitantes"² Assim, consideramos que, a rede global, as novas tecnologias e as Novas Museografias oferecem à Museologia uma oportunidade de divulgação do património de Design em contexto museal virtual.

Novos espaços museais

O surgimento desta nova forma de cultura, através da utilização das novas tecnologias como ferramenta museográfica, permite a ocorrência de novos tipos de museus. Mas, que tipo de museus podem ser esses? Museu Virtual, Museu Digital, Museu sem Fronteiras, Museu Imaginário, Cibermuseu? Tendo em vista uma clarificação e delimitação de conceitos e suas aplicações, realizámos uma pesquisa, procurando compreender definições e estabelecer tipologias ou nomenclaturas classificativas de identidades museais online.

Museu Virtual	<p><i>"O museu virtual é muito mais do que colocar fotos das peças em reserva, das colecções permanentes ou temporárias na internet. Trata-se de conceber um museu totalmente novo."</i>³</p> <p>(Battro, 1999)</p> <p><i>"Um ambiente informático caracterizado por uma estrutura</i></p>
---------------	---

	<p><i>hipertextual e hipermédia e um sistema de interface, de metáforas que se socorrem de uma representação gráfica mais ou menos intuitiva e que permite a navegação no interior desse ambiente, ou a possibilidade por parte do visitante de cumprir acções e, portanto, de interagir com o contexto podendo também modificá-lo.</i>⁴</p> <p>(Tota, 2000)</p> <p><i>“O museu virtual é um espaço virtual de mediação e de relação do património com os utilizadores. É um museu paralelo e complementar que privilegia a comunicação como forma de envolver e dar a conhecer determinado património. (...) [S]ó pode ser considerado museu virtual, aquele que tem suas acções museológicas, ou parte delas trabalhadas num espaço virtual.</i>⁵</p> <p>(Henriques, 2004)</p>
Museu Digital	Não se encontrou qualquer definição para Museu Digital.
Museu sem Fronteiras	<p><i>“O museu virtual é essencialmente um museu sem fronteiras, capaz de criar um diálogo com o visitante, dando-lhe uma visão dinâmica, multidisciplinar e um contacto com a colecção e com o espaço expositivo. Ao tentar representar o real cria-se uma nova realidade, paralela e coexistente com a primeira, que deve ser vista como uma nova visão, ou conjunto de novas visões, sobre o museu tradicional.</i>⁶</p> <p>(Muchacho, 2005a)</p>
Museu Imaginário	<p><i>“[O] nosso Museu Imaginário se baseia na metamorfose da pertença das obras que contém.</i>⁷</p> <p><i>“O Museu Imaginário não é uma herança de fervores desaparecidos, é uma assembleia de obras de arte – mas, como não ver nestas obras senão a expressão da vontade de arte?”⁸</i></p> <p>(Malraux, 2000)</p> <p><i>“[C]onceito desenvolvido por Malraux para definir o processo de ‘descontextualização/recontextualização’.</i>⁹</p> <p>(Deloche, 2002)</p>
Cibermuseu	<p><i>“[U]m museu informatizado, através de CD-ROM ou página da Internet, que substituí ou complementa o museu institucional.”¹⁰</i></p> <p>(Deloche, 2002)</p> <p><i>“Os cibermuseus são reproduções online do acervo ou parte do acervo de um determinado museu.”¹¹</i></p> <p>(Henriques, 2004)</p>

Quadro 1: Definição de identidades museais online.

A temática de aplicação e investigação das novas museografias é recente e encontra-se por estabilizar, pelo que, a definição e limitação destes conceitos essenciais, através de uma análise literária, não se mostrou esclarecedora quanto aos conteúdos e aplicações web utilizadas pelas instituições museais. Por esta razão, realizámos uma análise e sistematização literária destes conceitos essenciais e propomos a seguinte definição:

Museu Virtual	Identidade museal disponível na Internet, independente da instituição museal.
Museu Digital	Base de dados online Catálogo online dos bens patrimoniais. (Definição segundo análise de exemplos práticos)
Museu sem Fronteiras	Representação virtual do museu Institucional.
Museu Imaginário	Descontextualização e recontextualização dos objectos museais.
Cibermuseu	Aplicação informática complementar do museu institucional. (página Web; CD-Rom).

Quadro 2: Nomenclatura das identidades museais em aplicações web. Desenvolvido pelo autor.

Contudo, consideramos necessário efectuar uma pesquisa destas novas práticas museológicas através de observação dos espaços museais online. Com este intuito, realizou-se uma análise de 26 exemplos referenciais de Museus Virtuais, Museus Digitais, Museus Design e Museus Arte (ver quadro 3), tendo por objectivo identificar e classificar os sites dos museus seleccionados quanto à classificação descrita no quadro 2.

Para a análise deste estudo foi necessário elaborar uma grelha de análise (figura 1) com os conteúdos e critérios a avaliar.

Data de Acesso: [Click here to enter a date.](#)

1. Identificação da Instituição

1.1 Nome: [Click here to enter text.](#)

1.2 URL: [Click here to enter text.](#)

1.3 Classificação do Museu:

Museu Virtual

Museu Digital

Museu sem Fronteiras

Cibermuseu | site institucional

Outro:

Figura 1: Grelha de análise dos exemplos referenciais.

<p>Museus Virtuais</p>	<p>Museu Virtual Aristides de Sousa Mendes. n. 20 Outubro 2009. Portugal2007.</p> <p>Museu Virtual da RTP. n. 10 Outubro 2010. Portugal - Lisboa.</p> <p>Museu Virtual das Comunicações. n. 20 Outubro 2009. Portugal.</p> <p>MUVA. <i>Museo Virtual de Artes</i>. n. 10 Outubro 2009. Uruguai 1997.</p> <p>MWNF. <i>Museum with No Fronteirs</i>. n. 10 Outubro 2009. Bélgica - Bruxelas1994.</p> <p>The Virtual Museum of Canada. n. 10 Outubro 2009. Canadá2001.</p>
<p>Museu Digitais</p>	<p>Inventário Artístico da Arquidiocese de Évora. <i>Inventário Online</i>. n. 10 Outubro 2009. Portugal - Évora.</p> <p>Museu da Ciência. Universidade de Coimbra. <i>Colecção Online</i>. n. 10 Outubro 2009. Portugal – Coimbra2006.</p> <p>Património Museológico da Educação. <i>Inventário Online</i>. n. 10 Outubro 2009. Portugal - Lisboa2004.</p> <p>The State Hermitage Museum <i>Digital Collection</i>. n. 10 Outubro 2009. Russia - S. Pettersburg1997.</p> <p>Toyko Digital Museum. n. 04 Novembro 2009. Japão.</p> <p>Word Digital Library. n. 04 Novembro 2009. Estados Unidos da</p>

	América2009.
Museu de Design	<p>Cooper Hewitt. <i>National Design Museum</i>. n. 04 Novembro 2009. Estados Unidos América - Nova Iorque1897.</p> <p>Design Museum. n. 04 Novembro 2009. Bélgica-Gent.</p> <p>Design Museum n. 04 Novembro 2009. Finlândia- Helsínquia.</p> <p>Design Museum. n. 04 Novembro de 2009. Reino Unido - Londres1989.</p> <p>MODA. <i>Museum of Design Atlanta</i>. n. 04 Novembro 2009. Estados Unidos América - Atlanta.</p> <p>MUDE. <i>Museu do Design e da Moda</i>. n. 04 Novembro 2009. Portugal - Lisboa2009.</p> <p>Museum of Arts and Design n. 04 Novembro 2009. Estados Unidos América - Nova Iorque1956.</p> <p>Vitra Design Museum. n. 04 Novembro 2009. Alemanha - Weil am Rhein</p>
Museu de Arte	<p>Centro Pompidou. n. 24 Junho 2009. França - Paris.</p> <p>Fundação Calouste Gulbenkian. n. 24 Julho 2009. Portugal - Lisboa.</p> <p>Fundação Serralves. n. 24 Julho 2009. Portugal - Porto.</p> <p>MOMA. <i>The Museum of Modern Art</i>. n. 24 Junho 2009. Estado Unidos América - Nova Iorque.</p> <p>Museu Colecção Berardo. n. 24 Julho 2009. Portugal - Lisboa2007.</p> <p>Vitória and Albert Museum. n. 24 Junho 2009. Reino Unido - Londres.</p>

Quadro 3: Lista dos 26 exemplos referenciais dos sites dos museus analisados.

Os resultados recolhidos foram alvo de tratamento de dados, representados em forma de gráficos, permitindo uma leitura simplificada e uma interpretação do(s) conjunto(s). Para uma leitura pormenorizada, representativa e identificativa de cada análise das amostras tipológicas dos casos seleccionados, apresentamos inicialmente a análise dos resultados de forma isolada, pelo que verificamos:

- No caso dos Museus Virtuais (figura 2) 50% dos casos tinham características de Museu Virtual e 17%, para além de Museu Virtual, também apresentam particularidades de Cibermuseu e Museu Digital (Ex: Museu Virtual Aristides de Sousa Mendes). Os restantes 33% são identidades museais com características do conjunto de Cibermuseu e Museu Digital.
- Muitas vezes é considerado museu virtual apenas o site informativo sobre as actividades do museu, negligenciando as possibilidades que as novas tecnologias podem oferecer à forma como se expõe e se comunica os

objectos ao utilizador (Muchacho, 2005a). Este facto pode dever-se à generalização do termo “virtual” na Museologia, ainda ser uma temática em expansão e pouco estabilizada.

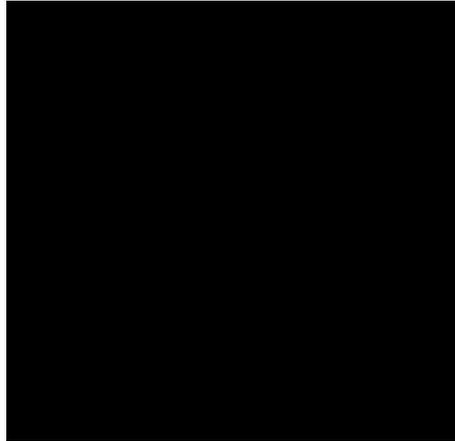


Figura 2:

- Na análise dos Museus Digitais averiguamos que todos têm característica desta tipologia. Contudo 32% (2 dos 6 casos estudados) têm outro tipo de funcionalidades. O Museu da Ciência de Coimbra em Portugal especificidades de Cibermuseu e Museu Digital e, assim como no segundo caso *The State Hermitage Museum* com sede em S. Pettersburg na Rússia é o conjunto de Cibermuseu, Museu Digital e Museu sem Fronteiras (figura 3).

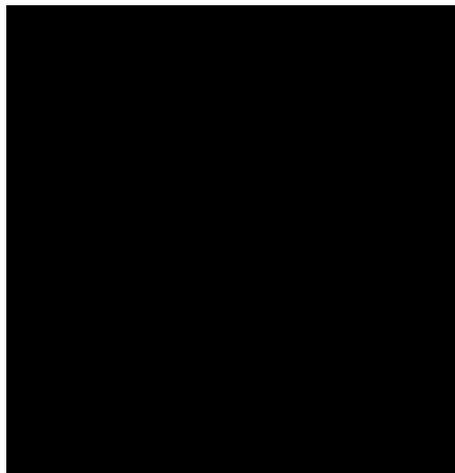


Figura 3:

- No conjunto dos Museus de Design 75% são Cibermuseus e apenas 25% formam o conjunto de Cibermuseu e Museu Digital (figura 4).

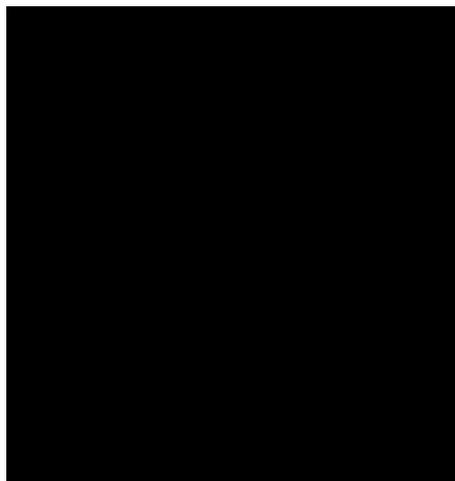


Figura 4:

- Os Museus de Arte são na totalidade Cibermuseu e Museu Digital (figura 5).

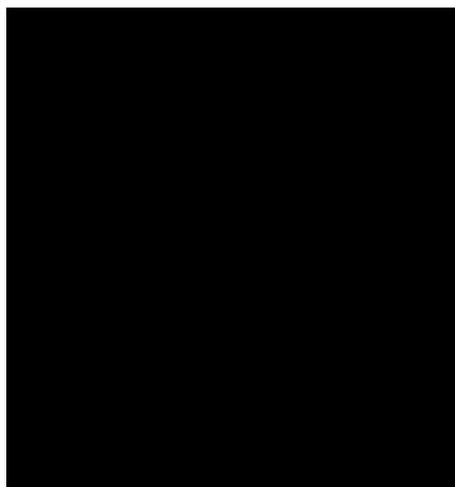


Figura 5:

Para uma leitura global dos resultados de todas as tipologias de museus analisadas, realizamos o tratamento dos dados dos 26 casos (figura 6), pelo que aferimos:

- 42% são um conjunto de Cibermuseu e Museu Digital;
- 23% são Cibermuseu;
- 15% são Museus Digitais;
- 12% são Museus Virtuais;
- 4% é o conjunto de Cibermuseu, Museu Digital e Museu Virtual;
- 4% é o conjunto de Cibermuseu, Museu Digital e Museu sem fronteiras;
- Não se identificou nenhum caso com características de Museu sem Fronteiras.

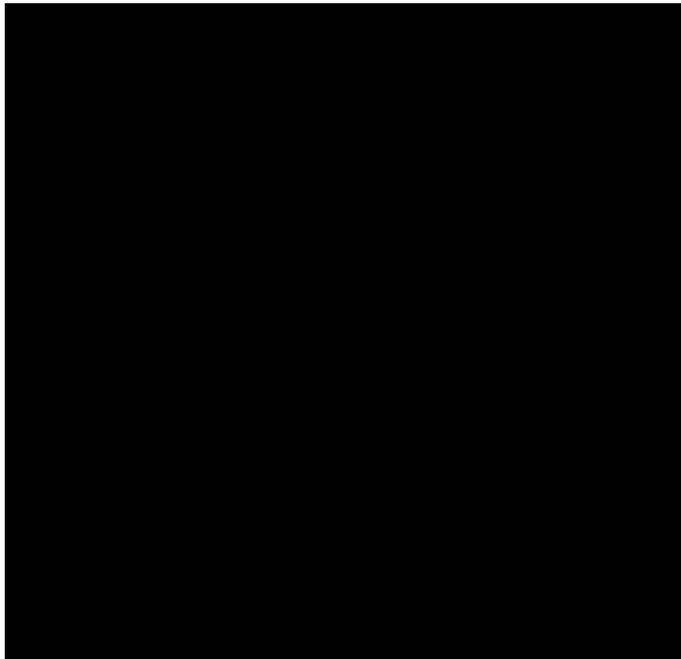


Figura 6:

Deste estudo, concluímos que, a presença dos museus online seleccionados são maioritariamente o site institucional (Cibermuseu), contudo, por vezes; agrupado a outras nomenclatura de identidades museais em aplicações web. A segunda mais identificada foi o Museu Digital (disponibilização dos bens patrimoniais em base de dados online | catálogo online).

As instituições e | ou identidades museais reconhecem as potencialidades das novas tecnologias perante o público, e manifestam maior interesse pelo uso da internet como meio de comunicação e divulgação do património. O museu está a ser democratizado, tornando-se acessível a nível global. A utilização de sistemas de comunicação digitais e virtuais 'enriquece' o mundo da Museologia promovendo novas aplicações museografias.

As perspectivas didácticas e comunicativas decorrentes deste processo de musealização abrem novas possibilidades na democratização do património cultural. Consideramos que, igualmente proporcionarão benefícios na musealização dos bens de Design. Contudo, a forma e os critérios de utilização e comunicação dos conteúdos museológicos e museográficos encontram-se por estabilizar e o mundo das novas tecnologias é uma ferramenta em desenvolvimento nos museus. Uma abordagem interdisciplinar, cruzando o Design, a Nova Museologia, a Novas Museografias e as Novas Tecnologias, na concepção dos projectos museológicos com identidade museográfica virtual, valoriza os conteúdos museais na concretização dos instrumentos de comunicação emergentes.

Referências Bibliográficas

BATTRO, A. M. Museos imaginarios y museos virtuales. 1999. Disponível em: <<http://www.byd.com.ar/bfadam99.htm>>. Acesso em: 09 Setembro 2009.

BERLO, D. K. *O Processo da Comunicação*. Tradução de Jorge Arnaldo Fontes. 8ª ed. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. (Introdução à teoria e à prática).

Cadernos de Museologia nº15. Centro de Estudos de Socio-Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Centro de Estudos de Socio-Museologiaed. 1999.

DELOCHE, B. *El Museu Virtual*. Tradução de Lourdes Pérez. Asturias: Ediciones Trea, 2002.

FERNÁNDEZ, L. A. *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza Editorial, 1999.

GARCIA, N. G. *O museu entre a cultura e o mercado*. Instituto Politécnico de Coimbra. ed. Coimbra: Inovar para Crescer, 2003. (um equilíbrio instável).

HENRIQUES, R. M. N. *Memória, museologia e virtualidade: um estudo sobre o Museu Pessoa*. (2004). Tese de Mestrado (Mestre em Museologia) - Departamento de Arquitectura, Urbanismo e Geografia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2004.

MALRAUX, A. *O Museu Imaginário*. Tradução de Isabel Saint-Aubyn. Lisboa: Edições 70, 2000.

MUCHACHO, R. O Museu Virtual: as novas tecnologias e a reinvenção do espaço museológico. 2005a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/muchacho-rute-museus-virtuais-importancia-usabilidade-mediacao.pdf>>. Acesso em: 13 Novembro 2009.

TOTA, A. L. *A Sociologia da Arte*. 1ªed. ed. Lisboa: Editorial Estampa, 2000. (do museu tradicional à arte multimédia).

Notas

¹ (Henriques, 2004) p.35

² (Garcia, 2003) p.99.

³ (Battro, 1999)p.3.

Tradução livre: "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."

⁴ FORTE M. ; FRANZONI M., 1998 citado por (Tota, 2000) p.222.

⁵ (Henriques, 2004) p.67.

⁶ (Muchacho, 2005a)p.582.

⁷ (Malraux, 2000) p.215.

⁸ (Malraux, 2000)p.234.

⁹ (Deloche, 2002) p.226.

Tradução livre: "concepto elaborado par Malraux para designar el processo de 'descontextualización/recontextualización'."

¹⁰ (Deloche, 2002)p.223.

Tradução livre: "un museo informatizado, en forma de cederron o de página de Internet, que sustituye o completa al museo institucional."

¹¹ (Henriques, 2004) p.67.