



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O *BOOM* DE MUSEUS INTERATIVOS NO RIO DE
JANEIRO: LINGUAGEM E DEMOCRATIZAÇÃO
DA CULTURA**

NATASSJA OLIVEIRA MENEZES

RIO DE JANEIRO

2011



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O *BOOM* DE MUSEUS INTERATIVOS NO RIO DE
JANEIRO: LINGUAGEM E DEMOCRATIZAÇÃO
DA CULTURA**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

NATASSJA OLIVEIRA MENEZES

Orientador: Prof. Dr. André de Souza Parente

RIO DE JANEIRO

2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O *Boom* de Museus Interativos no Rio de Janeiro: Linguagem e Democratização da Cultura**, elaborada por Natassja Oliveira Menezes.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. André de Souza Parente
Doutor em Comunicação pela Universidade de Paris VIII
Departamento de Comunicação - U.P. VIII

Profª. Dra. Cristina Jasbinschek Haguenaer
Doutora em Ciências de Engenharia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro -
UFRJ

Profª. Dra. Ilana Strozenberg
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2011

FICHA CATALOGRÁFICA

MENEZES, Natassja.

O *Boom* de Museus Interativos no Rio de Janeiro: Linguagem e Democratização da cultura. Rio de Janeiro, 2011.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Prof. Dr. André de Souza Parente

MENEZES, Natassja. **O Boom de Museus Interativos no Rio de Janeiro: Linguagem e Democratização da cultura. Rio de Janeiro, 2011.** Orientador: Prof. Dr. André de Souza Parente. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O trabalho aborda o *boom* de museus interativos no Rio de Janeiro, com a construção até 2016 do Museu da Imagem e do Som, Museu de Arte do Rio, Museu do Amanhã e Museu Olímpico Brasileiro. O objetivo é investigar o porquê da predominância do formato, suas vantagens e riscos. Igualmente discutir a linguagem museológica pelo ponto de vista da Comunicação Social, com o intuito maior de viabilizar e estimular a democratização da cultura. Esclarecer ainda a relação entre a interatividade nos museus e a cibercultura, as novas tecnologias, costumes e percepção do indivíduo no mundo contemporâneo. A metodologia inclui entrevistas, visita a museus e levantamento bibliográfico, com destaque para Bourdieu, Lévy, Parente, Castro, Cavalcanti e os livros baseados nos Seminários Internacionais do Museu Histórico Nacional. Embora o formato interativo não seja inédito na cidade, o *boom* é um tema atual sobre o qual ainda não foram encontrados artigos, tornando ainda mais pertinente a presente pesquisa.

*Aos meus pais e irmãos,
sem os quais eu jamais chegaria aqui.*

Agradecimentos

A Deus, pela vida, bênçãos e alicerce. Foi Ele que colocou no meu caminho as pessoas especiais que tanto me ajudaram ao longo da minha educação e nessa monografia em específico.

Aos meus pais pelo suporte, amor e dedicação. Aos mais que amigos Hudson, Bernardo, Eliza, Bia, que estiveram presentes nos momentos bons e ruins ao longo de tantos anos, além de ajudarem também com a revisão do texto.

Ao Prof. André Parente pela orientação, paciência e incentivo. Aos professores da ECO que com a comunicação me fizeram ter novos sonhos, em especial Cristiane Costa, Márcio Tavares D'Amaral, Fernando Mansur, Cristina Haguenuer e Ilana Strozenberg. A Raquel Paiva e Gabriela Nóra pelo auxílio na formatação do projeto.

Aos professores de arte do Colégio Pedro II e do Lycée Grandmont, que fizeram nascer em mim a paixão por museus. As amigas queridas do colégio, que são fundamentais na minha vida.

Aos entrevistados Hugo Sukman, Marcello Dantas, Christiane Paquelet, Nira Lima, Larissa Torres Graça pela disponibilidade e atenção. Aos assessores de imprensa Clarice Tenório Barretto, Daniel Varsano e Amanda Nunes pelo auxílio com contatos.

Sumário

1. Introdução	9
2. Museus, história e problemas de linguagem	12
2.1. Breve Histórico dos museus	12
2.2. Problemas de linguagem	14
3. Museus interativos	20
3.1. Mediação Cultural, cibercultura e novas tecnologias	20
3.2. Conceituação de interatividade	25
3.3. Interatividade para aproximação e decodificação	27
3.4. Riscos da interatividade	29
4. O <i>Boom</i> de Museus Interativos no Rio de Janeiro	33
4.1. Contexto de prosperidade, visibilidade e otimismo da cidade	33
4.2. Projetos de Museus até 2016	48
4.3. A visão dos curadores e realizadores	56
5. Conclusão	66
6. Bibliografia	68
7. Anexos	72
Entrevista com Hugo Sukman	72
Entrevista com Larissa Graça	78
Entrevista com Christiane Paquelet e Nira Lima	85
Entrevista com Marcello Dantas	93

1. Introdução

Quem acredita na eficácia milagrosa de uma política de incitação para visitar museus e, em particular, de uma ação publicitária pela imprensa, rádio ou televisão... assemelha-se às pessoas que imaginam que, para serem mais bem compreendidas por um estrangeiro, basta falar mais alto.
(BOURDIEU & DARBEL: 2007, 149)

Sempre adorei ir a museus, mas me entristecia vê-los quase sempre vazios e muitas vezes com visitantes que os percorriam como vitrines de um *shopping center*, percorrendo rapidamente a exposição e eventualmente dedicando poucos segundos a mais a alguma obra em especial. Ao descobrir que até 2016 a cidade ganhará quatro novos museus interativos – o Museu da Imagem e do Som, o Museu de Arte do Rio, o Museu do Amanhã e o Museu Olímpico Brasileiro – interessei-me em pesquisar o formato.

O *boom* de museus interativos acontece num contexto de prosperidade e visibilidade mundial do Rio de Janeiro, com a Copa do Mundo 2014, Olimpíadas 2016, além das Unidades de Polícia Pacificadora, do pré-sal, da revitalização da zona portuária, entre outros. A escolha pela interatividade vem a partir de uma cultura na qual a internet, os hipertextos e as novas tecnologias são cada vez mais presentes no cotidiano da sociedade.

O objetivo desta monografia é investigar esse *boom* de museus interativos no Rio de Janeiro. Tencionamos apontar as vantagens e desvantagens do formato e explicar o porquê de sua predominância nas construções previstas até 2016. Para tanto, devemos discutir a linguagem museológica e de que maneira ela é decisiva para a democratização da cultura. Esclarecer ainda a relação entre a interatividade no espaço museológico com a cibercultura, as novas tecnologias, costumes e percepção do indivíduo no mundo contemporâneo.

O formato interativo não é inédito na cidade, mas o *boom* é um tema atual, sem artigos escritos a respeito, que deve ser explorado do ponto de vista acadêmico. Essa monografia pretende trabalhar na interseção de comunicação e museologia, a fim de estimular o contato entre os campos de estudo, destacar as semelhanças e incentivar a interdisciplinaridade.

A contribuição que pretendemos deixar não é de estratégias de marketing, mas sim de uma análise dos problemas de linguagem na comunicação museal, que impedem ou dificultam um interesse e decodificação dos acervos pela maior parte da população.

A pesquisa para essa monografia adota como metodologia o levantamento e revisão bibliográfica sobre o tema pelas abordagens da Comunicação, Museologia e Ciência da Informação. Serão usados como principais referenciais teóricos Bourdieu, Lévy, Parente, Castro, Cecília Cavalcanti e os livros baseados nos Seminários Internacionais do Museu Histórico Nacional de 2006 e 2009, com coletâneas de artigos de profissionais de museus e pesquisadores. A metodologia inclui visita ao Museu da Língua Portuguesa, Museu do Futebol e Catavento Espaço Cultural da Ciência, todos museus interativos paulistanos que servem de base e inspiração para levantar questões sobre a interatividade e sobre os futuros projetos cariocas.

A metodologia encerra com entrevistas concedidas à autora com o curador Hugo Sukman (Museu da Imagem e do Som), o curador Marcello Dantas (Museu da Língua Portuguesa, Catavento Cultural), as museólogas do Comitê Olímpico Brasileiro Christiane Paquelet e Nira Lima (Museu Olímpico Brasileiro) e a gerente de projetos da Fundação Roberto Marinho Larissa Torres Graça (Museu do Amanhã, Museu da Imagem e do Som e Museu da Arte do Rio).

O capítulo “Museus, história e problemas de linguagem” traça um breve e sintético histórico dos museus, da Antiguidade ao século XX. As nítidas mudanças do conceito de museu com o passar do tempo provam que ele se altera à medida que a sociedade também se transforma. Isso leva à reflexão de quais seriam as necessidades do museu do século XXI, exigindo um levantamento das questões e problemas. Discute-se então a linguagem dos museus, pelo ponto de vista da comunicação social, abordando o hermetismo da mensagem quando o público não detém conhecimentos prévios ou uma estrutura complementar daquele signo, obra de arte ou objeto exposto. Enfatiza-se a necessidade de uma contextualização para que o acervo não se reduza compreensível a uma elite minoritária. Levantam-se críticas aos trabalhos de estudo e conservação dos museólogos em detrimento do cuidado para que o museu efetivamente cumpra sua função sócio-cultural e comunique para seu público, com linguagem adequada na forma e conteúdo.

O capítulo “Museus Interativos” se divide em quatro partes, basicamente conceituando, contextualizando e apontando as vantagens e riscos do formato. A

primeira relaciona os paradigmas de rede, o hipertexto e a cibercultura à nova relação com o saber do indivíduo do século XXI. Aborda como a internet estimula o conteúdo interativo e individualizado, assim como as novas tecnologias se tornam indissociáveis do cotidiano e condicionantes para as mudanças no museu. A segunda conceitua a interatividade, lembrando que para os teóricos de comunicação social a mensagem não é mais fechada, mas construída tanto pelo emissor quanto pelo receptor. A terceira parte traz uma análise de como a interatividade solidifica a postura relacional e dessacralizada do museu no século XXI, aproximando o público e facilitando a decodificação da mensagem do museu. Destaca-se que as tecnologias digitais auxiliam a solução dos problemas de linguagem identificados no capítulo anterior, visto que propiciam a invenção de novos usos da linguagem. O capítulo se fecha apontando os riscos da interatividade, como a banalização do termo, o uso como marketing político vazio ao invés de preocupação sócio-cultural ou mesmo de espetáculos lúdicos que não geram nem transmitem conhecimento.

O capítulo “O *Boom* de Museus Interativos no Rio de Janeiro” apresenta o contexto de prosperidade, visibilidade e otimismo da cidade, no qual se insere esse boom. Os projetos do Museu da Imagem e do Som, Museu de Arte do Rio, Museu do Amanhã e Museu Olímpico Brasileiro são descritos por levantamento nos sites institucionais, reportagens e entrevista com os organizadores. Como última discussão da monografia, a visão dos curadores e realizadores dos novos museus interativos da cidade com entrevistas concedidas à autora, entrelaçadas com as questões e possíveis soluções levantadas nos dois capítulos anteriores.

Em anexo serão disponibilizadas as entrevistas transcritas na íntegra para uso de futuros pesquisadores.

2. Museus, história e problemas de linguagem

Este capítulo traz um breve e sintético histórico dos museus, da Antiguidade ao século XX. As nítidas mudanças do conceito de museu com o passar do tempo provam que ele se altera à medida que a sociedade também se transforma. Qual seria então o museu para o Brasil no século XXI?

Propõe-se uma discussão sobre problemas de linguagem museológica, pelo ponto de vista da Comunicação Social. Questiona-se do hermetismo da mensagem do museu quando o público não detém conhecimentos prévios ou uma estrutura complementar daquele signo, obra de arte ou objeto exposto. Sem uma contextualização, o acervo se torna acessível a apenas uma elite minoritária. Levanta-se críticas aos trabalhos de museólogos centrados na conservação do acervo em detrimento do cuidado para que o museu efetivamente comunique para seu público, com linguagem adequada na forma e conteúdo.

2.1. Breve Histórico dos museus

A origem dos museus remonta à mitologia, associada ao templo das musas, filhas de Zeus e Mnemosyne, deusa da memória, que etimologicamente origina os vocábulos gregos *mouseion* e, tardiamente, em latim, *museum*. Na Antiguidade Clássica objetos eram coletados e conservados nesses templos como oferendas para as musas. (CASTRO: 2009, 37)

No século II a.C. os egípcios viriam erguer em Alexandria um museu para a conservação de saberes e pesquisa. Os romanos, por sua vez, encaravam os museus como local em que acumulavam as coleções adquiridas em campanhas militares e de colonização, quase como troféus. Na Idade Média, a noção de museu se dissipou, mas as igrejas continuavam reservando espaços para guardar relíquias sagradas. (ANDRADE & LESSA *in* MAGALHÃES *et al.*: 2010, 87)

Com Renascimento, retomou-se hábito na elite feudal fazer coleções, principalmente por motivações culturais e científicas. O acervo particular mais célebre foi o dos Médici, em Florença. Neste momento surgiam as primeiras galerias e muitos eram os gabinetes de curiosidades, repletos de objetos exóticos, como alguns

descobertos nos trópicos nas grandes navegações. (Ibidem: 2010, 88).

O conceito de museu como conhecemos é criado entre os séculos XVII e XVIII, com o crescente interesse nas ciências e democratização da sociedade com a ascensão da burguesia. É no Século das Luzes que a museologia passa a se organizar efetivamente nas práticas de classificação do acervo, inspirada também pela *Enciclopédia* de Diderot e D'Alembert. Entretanto, será apenas em 1793, na Revolução Francesa com ideais de democracia e igualdade, que será fundado o primeiro verdadeiro museu público de arte, o Museu do Louvre. O Louvre simboliza o conceito de patrimônio público e revoluciona a museografia agrupando os objetos por escolas e cronologicamente. (CAVALCANTI, G: 1997, 9-13)

No século XIX museus se desenvolvem ao redor do mundo, especialmente na Europa e se diversificam: nacionalistas e etnográficos surgem com o movimento Romântico; com a Ciência, surgem museus tecnológicos e de história natural, entre outros. (Ibidem: 1997, 9-13)

Até o século XX, os museus ainda mantinham certa estrutura de templo de verdades – resquício da origem grega e do elitismo – ou de vitrine de relíquias. Chegaram a ser comparados a cemitérios no Manifesto Futurista publicado no jornal *Le Figaro*, em 1909. Após a Primeira Guerra Mundial, com as ideias modernistas e vanguardistas, há uma renovação do conceito de museu. O espaço é dessacralizado, busca-se o fim da contemplação em direção a uma nova abordagem. Museus pluralizam suas atividades e passam a promover cursos, conferências e eventos que o transformam em um espaço de convivência (CASTRO: 2009, 37)

No pós-guerra, com a arte contemporânea, a própria obra passa a exigir participação do público, como vemos na década de 1960, com o minimalismo, e no Brasil, com o neoconcretismo, em particular Hélio Oiticica e seus parangolés e também pelas instalações de Lygia Clark. O público não somente interfere como faz parte como objeto da obra.

(...) na arte contemporânea há uma interação entre o espectador e a obra de tal forma que a obra e o espectador só vão existir a partir da relação que se estabelece (...) o observador nasce do encontro (com a obra) e supõem a participação (PARENTE *apud* CAVALCANTI: 2011, 145)

Na década de 1980 retoma-se a discussão sobre o papel do museu com o movimento denominado Nova Museologia. A linha francesa deste movimento afirma

que a coleção não é propriedade de um museu, mas de toda a humanidade e que o museu é um espaço de suporte do conhecimento para pesquisa e reflexão crítica de todas as pessoas. Já a Nova Museologia inglesa estimula a discussão sobre os propósitos do museu, os quais não deveriam estar subordinados às funções e métodos de trabalho e conservação. (DESVALLÉES *apud* LARA FILHO: 2006, 85).

Um brevíssimo panorama das mudanças na estrutura dos museus ao longo dos séculos nos leva a perceber que a linguagem se altera na medida em que o público também se modifica. Uma abordagem do museu para o século XXI pelo viés da comunicação deve tratar da linguagem.

2.2. Problemas de linguagem

A museologia pode analisada em um contexto comunicacional. Essa conexão é amplamente trabalhada por Castro (2009,123-131) que se apóia em uma série de teóricos para pensar o museu como agente comunicador e emissor de informação. Desvellés tem uma concepção de museus que privilegia a comunicação com o público, não coloca em primeiro plano a conservação dos objetos, mas sim a melhor linguagem de apreensão (DESVELLÉS *apud* CASTRO: 2009,128). Cameron propõe aprimorar o museu-templo em museu-fórum, criando um tipo de comunicação com o público que converta o passado inalcançável em instrumento reflexivo (CAMERON *apud* CASTRO: 2009, 128). Glusberg também relaciona conceitos teóricos de Marshall McLuhan aos museus, indicando que toda instituição é, na verdade, um meio de comunicação (GLUSBERG *apud* CASTRO: 2009, 129). O discurso museal pode também ser inserido no “regime de verdade” descrito por Foucault, quando uma instituição se coloca com um discurso único e verdadeiro, criando um processo de exclusão de outras leituras (FOUCAULT *apud* CASTRO: 2009,130). Ducan & Wallach apontam a relação de persuasão entre o museu e o público, classificando o museu como um monumento cerimonial, ao lado de igrejas e templos, cuja arquitetura vem acompanhada de crenças e valores (DUCAN & WALLACH *apud* CASTRO: 2009,131). A partir da soma desses pontos de vista, Castro afirma que:

A comunicação museológica pressupõe a mediação do objeto museal, que, não abandona sua funcionalidade original, converte-se em signo comunicacional e informacional. Essa mudança de

estatuto insere o objeto nas leis e bases da Teoria da Comunicação, ou seja, comunicação que implica emissão de mensagem por parte de um emissor e, por sua vez, a recepção dessa mensagem por parte de um receptor, estruturados ambos à fonte museal, cujo canal poderá, entre outros, ser a exposição. (CASTRO: 2009,129)

A Comunicação Social não substituiria, em hipótese alguma, a Museologia, mas poderia criar um debate multidisciplinar enriquecedor, como o suscitado na edição de 2009 do Seminário Internacional do Museu Histórico Nacional (MNH), que centrou sua temática na relação entre museus, coleções e comunicação. As discussões voltadas para aproximar o museu e seu público foram em parte transcritas e transformadas em artigos no livro *Museu e comunicação – Exposições como objeto de estudo*, com reflexões de profissionais e acadêmicos, que serão retomadas ao longo desse capítulo.

Apesar da mobilização no século XX por uma nova relação com a arte e museus, observa-se que muitos ainda ostentam a áurea de templo, mantendo uma relação de distanciamento com o público. Ana Lúcia Siaines de Castro, em *O Museu do Sagrado ao Segredo*, aborda o processo de sacralização dos objetos expostos, a construção dos simulacros e símbolos nesse ambiente e a codificação de seus significados. Ultrapassando a percepção crítica da criação de um discurso no espaço expositivo, Castro questiona como estruturá-lo de forma que efetivamente comunique e transmita conhecimento para o público.

A porção iniciática que a comunicação museal sugere pressupõe, para ser decodificada, que o usuário tenha um repertório que lhe dê acesso. A significação, o conteúdo da comunicação, não se manifesta antes de sua operação mental própria, a decodificação. O desconhecimento dos códigos emitidos gera o hermetismo da mensagem, permanece em seu estado de continente, como uma garrafa tampada boiando no oceano. (CASTRO: 2009, 130)

Reconhecer que os códigos do acervo, sejam históricos, científico ou artístico, não são universais é o primeiro passo para compreender que uma exposição lotada não significa necessariamente sucesso. O sucesso de uma exposição só é real quando o acervo em questão comunica para o máximo de pessoas possível, ou seja, quando se consegue abrir essa “garrafa tampada boiando no oceano”. A entrada franca e o aumento de visitantes não garantem o acesso à cultura, quando não se decodifica o conteúdo.

Debray... constata que o “infortúnio é que a arte apenas desperta os que já estão despertos e que a maior parte das pessoas não tem o

código para decifrar Goya ou Clouet”. Mesmo que cada vez mais seja maior o número de museus, de variadas e grandiosas exposições, de consumo de centros culturais, comemorações, conferências, o autor lamenta que “os homens não são mais fraternos ao saírem da Pirâmide do Louvre do que ao entrarem nela” (DEBRAY *apud* CASTRO: 2009, 99)

Roque destaca que o público não é homogêneo e também o objeto não possui uma retórica suficiente para que seja globalmente apreendido e interpretado. Para ela, a exposição de um objeto descontextualizado cria uma nova elite minoritária, dos que dispõem de conhecimentos prévios para a interpretação. Dessa forma, ela alerta que “A comunicação fica por isso limitada a um universo de inter-pares; os restantes visitantes são recebidos, mas não amplamente aceites e integrados” (ROQUE *in* MAGALHÃES *et all*: 2010, 59).

Barbuy confirma a inegável existência de classes sociais com percepção privilegiada por grau de instrução e a tendência das elites quererem manter esse abismo, das exposições que só elas poderão compreender ou terão interesse de visitar, alertando que “o próprio financiamento das exposições se submete, muitas vezes, a esta lógica: as verbas são dadas para projetos ao ‘gosto das elites’ ou para a ‘educação das massas’” (BARBUY *in* MAGALHÃES *et all*: 2010, 118). Nesse capítulo visamos tratar de linguagem, mas não poderíamos deixar de pontuar esse elemento externo que prejudica a busca por uma linguagem mais universalizada.

Castro aponta que, por vezes, a má estrutura expositiva faz com que a apreensão da mensagem da obra só seja possível aos que detêm um conhecimento. Ela cita Moles, que igualmente defende a noção de que “a decodificação da mensagem estética e o entendimento do código pictórico estão vinculados aos processos cognitivos, de memória e apreensão global” (CASTRO: 2009, 140). Sendo assim, há uma incomunicabilidade do objeto museificado se o receptor não dispuser dos conhecimentos para decodificá-lo ou de uma estrutura complementar eficaz.

Uma melhor estruturação da informação museológica significa aumentar a possibilidade de disseminar essa informação, criar condições de democratizar o acesso à informação. Efetivamente, a questão da informação coloca-se como um sinal de alerta no que tange à democratização de uso do espaço museológico (CASTRO: 2009, 142)

Fica evidente que repensar o sistema de comunicação dos museus é um caminho pertinente para ampliar o acesso e a apreciação do público. Igualmente

incomodado com o hermetismo das mensagens dos museus e instigados pelo estudo sociológicos dos hábitos culturais, Pierre Bourdieu dirigiu uma profunda pesquisa com milhares de visitantes de museus europeus na década de 1960, com resultados analisados em *O amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público*. A publicação é compartilhada com Alain Darbel, que construiu o plano de sondagem e elaborou o modelo matemático destinado à análise da frequência das visitas aos museus, junto com equipe de sociólogos e matemáticos. Bourdieu pondera que os museus detêm tesouros artísticos que embora abertos a todos, estão interditados à maioria já que para viver a plenitude da arte há de se ter algumas disposições adquiridas lentamente. Bourdieu aponta que o tempo que o visitante gasta com cada obra é um bom indicativo de sua aptidão para decifrar e saborear tais significações, uma vez que:

Cada indivíduo possui uma capacidade definida e limitada de apreensão da “informação” proposta pela obra, capacidade que depende de seu conhecimento global (por sua vez, dependente de sua educação e de seu meio) em relação ao código genérico do tipo de mensagem considerado, seja a pintura em seu conjunto, seja a pintura de tal época, escola ou autor. Quando a mensagem excede as possibilidades de apreensão do espectador, este não apreende sua “intenção” e desinteressa-se do que lhe parece ser uma confusão sem o menor sentido, ou um jogo de manchas de cores sem qualquer utilidade. Ou, dito por outras palavras, colocado diante de uma mensagem rica demais para ele – ou, como diz a teoria da informação, “acabrunhante” (overwhelming) -, o visitante sente-se “asfixiado” e abrevia a visita. A obra de arte considerada enquanto bem simbólico não existe como tal a não ser para quem detenha os meios de apropriar-se dela, ou seja, de decifrá-la (BOURDIEU & DARBEL: 2007, 71)

Bourdieu não vai contra a eloquência própria da obra de arte, mas enfatiza que sociologicamente esse diálogo não é natural, mas sim fruto de estudo e convivência. Nessa longa e profunda pesquisa, Bourdieu pôde concluir que a informação oferecida pelos museus franceses na década de 1960 corresponde ao nível do vestibular, ou seja, dificilmente alguém que não possui diploma poderá decodificá-la. Pesquisa semelhante seria pertinente para traçar um perfil do público dos museus no Rio de Janeiro atualmente.

Os comunicólogos em sua relação com os museus são muitas vezes mal aproveitados com tarefas mecânicas de divulgação. Bourdieu aponta que toda essa estrutura no museu, sem se pensar o lado educativo, social, lingüístico, faz com que a informação globalmente oferecida permaneça uma abstração:

Quem acredita na eficácia milagrosa de uma política de incitação para visitar museus e, em particular, de uma ação publicitária pela imprensa, rádio ou televisão – sem se dar conta de que ela se limitaria a acrescentar, de forma redundante, informações já fornecidas em abundância pelos guias, postos de turismo ou cartazes afixados à entrada das cidades turísticas – assemelha-se às pessoas que imaginam que, para serem mais bem compreendidas por um estrangeiro, basta falar mais alto. (BOURDIEU & DARBEL: 2007, 149)

Bourdieu ressalta ainda que a ação do museólogo de conservação não garante, por si só a democratização da cultura, pelo contrário, muitas vezes contribui para aumentar o caráter aristocrático (Ibidem: 2007, 144). Por outro lado, o autor também se mostra contrário aos acompanhamentos didáticos que trazem uma função ideológica e uma única e legítima leitura das obras. Para ele, a apreciação da arte vem da aquisição de instrumentos por lenta familiarização com estudos e contatos com a arte. (Ibidem, 2007: 104-105).

Mesmo o público visitante com um estudo prévio geral sobre arte ou o assunto do acervo, necessita de uma explicação ou contextualização quando se depara com um novo conteúdo. Roque lembra que o museu recria uma ambiente artificial, no qual o objeto é retirado do espaço que lhe era próprio para ganhar uma nova funcionalidade, para a construção de um discurso expositivo, uma ficção, uma representação truncada da realidade. Com isso, a portuguesa alerta que o objeto exposto descontextualizado das suas funcionalidade e sentidos originais “provoca uma ruptura entre o público que vê sem compreender e aquele que sabe e pode intuir a lógica do discurso expositivo, criando, desta forma, uma nova elite minoritária e de cariz intelectual”. (ROQUE in MAGALHÃES *et al.*: 2010, 55).

Já Bourdieu não acredita nos textos de parede como solução, porque embora a contextualização seja importante, visto que nem todos detêm o conhecimento prévio, no caso específico de apreciação de obras de arte, é preciso treinar o olhar e abrir os sentimento, não é uma simples informação textual que vai propiciar esse diálogo:

O que importa, poderá se dizer, ficar sabendo onde e quando nasceu Van Gogh; o que importam as peripécias de sua vida e os períodos de sua obra? Para os verdadeiros amadores, afinal, o que conta é o prazer que sentem diante de um quadro de Van Gogh (BOURDIEU & DARBEL: 2007, 163)

Essa contextualização deve ser feita de forma cautelosa. Roque alerta que tanto a ausência de elementos informativos quanto a apresentação demasiadamente

didática são fatores de exclusão ou elitismo (ROQUE *in* MAGALHÃES *et all*: 2010, 62). Em entrevista com Glauce de Souza Cavalcanti, a arquiteta e designer de exposições Gisela Magalhães adverte que “Ninguém sai de casa para ler em pé... De forma que não adianta fazer uma montagem cheia de instalações se as pessoas ficam de fora só olhando. Elas têm que participar” (MAGALHÃES *in* CAVANCALTI, G: 1997, 58).

Há estudiosos de comunicação que apontam os problemas de linguagem nos museus como fruto de uma concentração demasiada dos museólogos em atividades operacionais das coleções ao invés da função social. Lara Filho retoma Stephen Weil, para quem é necessário mudar o foco das atividades (Museografia) para os propósitos (Museologia), já que:

A finalidade última do museu é trazer algum tipo de benefício às pessoas e provocar mudanças em suas vidas, e não ser simplesmente uma casa de custódia para obras de arte ou um centro erudito. Isto implica um constante questionamento de suas atividades e propósitos (LARA FILHO: 2006, 100)

Ana Lúcia igualmente aponta que “o museu afasta-se do público, volta-se para o mundo sagrado dos objetos” (CASTRO: 2009, 72). Roque vai além e mostra que de nada vale um museu se ele não comunicar “A comunicação é o elemento estruturante que define e assegura a eficácia das restantes ações museológicas: se falhar, torna estéreis as ações de recolha, conservação e estudo.” (ROQUE *in* MAGALHÃES *et all*: 2010, 51).

A sacralização e codificação do acervo, o hermetismo da mensagem e a descontextualização dos objetos no museu são alguns dos problemas levantados pelo ponto de vista da comunicação, que não esgotam o assunto. É necessário analisar possíveis soluções, como os museus interativos e em que medida são eficazes.

3. Museus interativos

As técnicas do futuro terão a chave dos segredos do passado
(DELOCHE: 1989, 55)

O capítulo começa relacionando os paradigmas de rede, o hipertexto e a cibercultura à nova relação com o saber do indivíduo do século XXI. Aborda como a internet estimula o conteúdo interativo e individualizado, assim como as novas tecnologias se tornam indissociáveis do cotidiano e condicionantes para mudanças no museu.

O item 3.2 apresenta uma conceituação da interatividade, lembrando que para os teóricos de comunicação social a mensagem não é mais fechada, mas construída tanto pelo emissor quanto pelo receptor.

O item 3.3 traz uma análise de como a interatividade solidifica a postural relacional e dessacralizada do museu no século XXI, aproximando o público e facilitando a decodificação da mensagem do museu. Destaca-se que as tecnologias digitais auxiliam a solução dos problemas de linguagem identificados nos museus, visto que propiciam a invenção de novos usos da linguagem.

O capítulo se fecha apontando os riscos da interatividade, como a banalização do termo, o uso como marketing político vazio ao invés de preocupação sócio-cultural ou mesmo de espetáculos lúdicos que não geram nem transmitem conhecimento.

3.1. Mediação Cultural e novas tecnologias

David Harvey aponta que a história das mudanças sociais altera os modos de observação e compreensão do mundo. Indo de acordo com as ideias do autor, Cecília Cavalcanti enfatiza que:

Neste sentido, nos tempos que se seguem nos deparamos com a ruptura dos modos de observação e compreensão do mundo. Provocando novas formas de organização do conhecimento e das práticas sociais e, portanto, mudando as habilidades produtivas, cognitivas e, por que não dizer, dos desejos. A percepção, assim como o conhecimento, são reconstruções em deslocamento na contemporaneidade. (CAVALCANTI, C: 2010, 12)

Assim como Walter Benjamin aponta que o cinema é um dos dispositivos capazes de modelar a percepção do sujeito na modernidade, cada atualidade depara-se com uma “forma de percepção das coletividades humanas, que se transforma ao mesmo tempo em que seu modo de existência” (BENJAMIN: 1994, 169). Gagliardi lembra que essas mudanças também afetam os museus “as coleções e os patrimônios se vêem submetidos à dinâmica do entretenimento, da publicidade, do ócio e do espetáculo” (*apud* ANDRADE & LESSA *in* MAGALHÃES: 2010, 90).

Um museu pode ter o mesmo acervo durante séculos, mas deve atentar para a necessidade de atualização de sua linguagem – não das obras ou objetos, mas da forma como são dispostos. O diretor do Museu da Língua Portuguesa, Antonio Carlos de Moraes Sartini, enfatiza que:

No mundo, não existem fórmulas acabadas nem fórmulas inéditas, tudo se cria e recria, tudo é dinâmico e dinâmicos devem ser os museus – instituições que, preservando o passado e a memória, devem fazê-lo pensando no futuro. (SARTINI *in* MAGALHÃES: 2010, 272)

Para Gouveira, o crucial não é listar os novos aparatos tecnológicos que passaram a estar presentes em diversos museus, mas sim observar de que forma eles alteram a mediação cultural face à percepção na contemporaneidade e “conceber conceitualmente uma museologia que se abra para as novas linguagens, novos desafios e para um novo indivíduo, cuja subjetividade hoje se atrela à máquina” (GOUVEIA *in* BITTENCOURT *et al*: 2007, 101). A discussão volta-se para de que forma os museus interativos vem atender a essa nova subjetividade no século XXI.

A utilização de novos meios digitais (computador, internet, áudio guia), assim como, por exemplo, a teatralização das exposições e a montagem de ambientes imersivos demonstram que um museu interativo e multimídia corresponde às expectativas do mercado e aos anseios do público, na medida em que enfatiza uma inteligência múltipla e diversificada, assim como equacionamentos variados em termos do tratamento e transmissão de informações. (ANDRADE & LESSA *in* MAGALHÃES *et al*: 2010, 90).

A transição da visita contemplativa ao museu para uma visita interativa pode corresponder à transição dos *couch potatoes*, audiência passiva da televisão, para o internauta que atua na internet. A estrutura multimídia dos museus interativos muito se aproxima à linguagem da internet, que propõe experiências individualizadas, que exigem participação e que proporcionam diferentes leituras e camadas. Talvez venha

a ser a transição de um discurso linear e unilateral no museu para um discurso em rede, hipermídia e interativo. Cavalcanti levanta os paralelos das novas formas de circulação da informação e a museografia que a acompanha:

Por isso, a narrativa museográfica atual propõe aguçar os sentidos para a construção das realidades através da liberdade da experimentação, transformando os objetos técnicos em objetos estéticos e fenômenos em espetáculo. Afinal, os novos modelos de circulação da informação e o rápido desenvolvimento das técnicas de observação e representação proporcionaram um novo tipo de observador-consumidor (CRARY, 2008b), constituído pela convergência das novas tecnologias, pelo desenho de uma nova cartografia do espaço urbano e das novas funções sociais, políticas e econômicas (CAVALCANTI, C: 2011, 180)

O indivíduo no século XXI se vê sujeito a novos paradigmas de distribuição da informação que alteram sua cultura, percepção e apropriação de conteúdos. Essa mudança é muitas vezes notada em primeiro lugar pelos estudiosos e profissionais da comunicação, por um frequente acompanhamento dos hábitos do público. Esses novos paradigmas alteram a relação com o conhecimento em todos os espaços sociais, inclusive o museu. Parente aponta que:

As redes tornaram-se ao mesmo tempo uma espécie de paradigma e de personagem principal das mudanças em curso justo no momento em que as tecnologias de comunicação e de informação passaram a exercer um papel estruturante na nova ordem mundial (PARENTE: 2010, 92).

Para se compreender as dinâmicas da percepção contemporânea, é pertinente recorrer aos estudos da cibercultura, que se destaca nesse contexto de transformações, como um novo paradigma. A cibercultura não seria a causa dos museus interativos, mas sim um paralelo para a compreensão do consumo e mediação do conteúdo em nossos dias. Para isso, recorre-se ao clássico “Cibercultura”, de Pierre Lévy, que não fala de museus, mas que ao estudar novos comportamentos culturais, pode ser aplicado às questões da interatividade na museografia de nossos dias. Lévy retoma a expressão de Jean-François Lyotard, que a pós-modernidade proclama o fim das “grandes narrativas” totalizantes. O autor aponta que a cibercultura propicia uma nova relação com o saber, novas formas de acesso à informação e estilos de raciocínio e de conhecimento:

O uso crescente das tecnologias digitais e das redes de comunicação interativa acompanha e amplifica uma profunda mutação na relação com o saber... ao prolongar determinadas capacidades cognitivas

humanas (memória, imaginação, percepção), as tecnologias intelectuais com suporte digital redefinem seu alcance, seu significado, e algumas vezes até mesmo sua natureza... como manter as práticas pedagógicas atualizadas com esses novos processos de transação de conhecimento? Não se trata aqui de usar as tecnologias a qualquer custo, mas sim de *acompanhar consciente e deliberadamente uma mudança de civilização* que questiona profundamente as formas institucionais, as mentalidade e a cultura dos sistemas educacionais tradicionais e sobretudo os papéis de professor e de aluno (LÉVY: 2010, 174).

Nos estudos da comunicação contemporânea, notamos que o acesso à informação é cada vez mais personalizável, transversal e hipertextual. O paradigma de rede vai muito além dos computadores, mas passa a ser uma nova forma de estruturar a linguagem presente nos mais diversos ambientes e plataformas. Lévy afirma que:

O ciberespaço, conexão dos computadores do planeta e dispositivo de comunicação ao mesmo tempo coletivo e interativo, não é uma infraestrutura: é uma forma de usar as infraestruturas existentes e de explorar seus recursos por meio de uma inventividade distribuída e incessante que é indissociavelmente social e técnica (LÉVY: 2010, 198)

Lévy alerta que isto não significa dizer que tudo o que for constituído em rede ou interativo será bom, assim como seria tolo afirmar que todos os filmes são excelentes. Para ele, o importante “não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural.” (LÉVY: 2010, 12)

Lévy igualmente se preocupa em deixar claro que as novas tecnologias não determinam como deve se estruturar a cultura, mas sim abre portas para novas abordagens e possibilidades, que possivelmente venham a ser soluções para antigos problemas:

As técnicas *determinam* a sociedade ou a cultura? Se aceitarmos a ficção de uma relação, ela é muito mais complexa do que uma relação de determinação. A emergência do ciberespaço acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização. Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo *condicionada*, não *determinada*. Essa diferença é fundamental... Não há uma “causa” identificável para um estado de fato social ou cultural, mas sim um conjunto infinitamente complexo e parcialmente *indeterminado* de processos em interação que se autossustentam ou se inibem. (LÉVY: 2010, 25)

Lévy defende que os avanços tecnológicos transformam a memória humana. A escrita mudou e ampliou a memória da sociedade ao se deixar a cultura oral. A internet, por sua vez, proporciona um aumento da velocidade e capacidade de armazenamento. Lévy estuda as possibilidades cognitivas da internet em prol do conceito que criou de “inteligência coletiva”. A questão é como dar uma consciência reflexiva a esse cérebro global. Para isso, é preciso entender a estrutura da idéia, que para ele é constituída de percepção, afeto e conceito. O grande problema é que o conceito advém da linguagem natural, isto é, da apreensão de conceitos pela subjetividade. Ou seja, a resposta para alcançar uma consciência reflexiva é criar uma forma universal de transmitir conceitos pela internet. O ciberespaço seria um criação progressiva de camadas, a primeira dos *bits*, a segunda dos endereços nas redes, a terceira dos hiperlinks e a próxima seria a camada de conceitos, para conexão entre idéias, um localizador semântico, que Lévy calcula que esteja disponível por volta de 2015. Nesse ponto, resta aguardá-la e pesquisá-lo para o auxílio da difusão da informações, seja na rede, seja nos museus.¹

Com a estrutura narrativa dos museus em hipermídia, o acervo se divide em camadas personalizadas de acordo com o gosto de cada visitante. Jean Devallon avalia o formato multimídia, embora este não lhe pareça o mais adequado, uma vez que prefere uma concepção da exposição pelo contexto espacial.

O resultado é a tendência de a exposição funcionar como um laminado de mídias mais ou menos independentes: o que implica que a concepção da exposição consiste justamente na forma de um programa como, por exemplo, garantir a integração dos registros em um texto único, como um todo. Apesar do trabalho de concepção, observa-se cada vez mais um funcionamento da exposição “por camadas” midiáticas e não por “blocos”, por camadas horizontais e não por unidades verticais feitas de mídias diferentes. Ocorre assim, que se consegue visitar várias exposições diferentes na mesma exposição pela “camada” escolhida. (DEVALLON *in* MAGALHÃES *et all*: 2010, 33).

Nos museus interativos é presente a realidade aumentada, que expande o acervo e enriquece-o. Já são muito utilizados aplicativos de telefones e *tablets* em museus ao redor do mundo. Por vezes são utilizados de forma mais simples, apenas com informações traduzidas sobre o textos de parede ou sobre o objeto, auto da obra. No entanto, é crescente um melhor aproveitamento do espaço de realidade aumentada

¹ Notas de palestra de Pierre Lévy no Oi Futuro do Flamengo em 25/08/2011.

nesses dispositivos, trazendo vídeos, fotos, documentários, visões em 3D, jogos, ambientes de game, entre outros. São conceitos que surgem associados às novas tecnologias e à internet e imergem também nos museus, propiciando uma nova relação com o espaço e acervo, explorada nos museus interativos:

Combinadas aos sistemas hipertextuais, as tecnologias digitais representam para o museu uma transformação essencial, epistemológica e heurística. Por um lado, elas possibilitam o uso intensivo de acervo audiovisuais, de forma a criar uma nova pedagogia dos espaços museológicos, uma nova dinâmica para estes espaços. Por outro lado, elas permitem estendê-las de forma considerável, pois as articulações hipertextuais são espaços de informações praticamente ilimitados materialmente. É desta forma que certos museus, mesmo pequenos, podem estender seus espaços e suas ações por meio de acervos multimídia (PARENTE & ZONENSCHHEIN *in* BITTENCOURT *et al.*: 2007, 272)

3.2. Conceituação de interatividade

A definição de interatividade não é unânime. De forma abrangente, a interatividade é o conteúdo com a possibilidade de participação de seu receptor. No site Wikipédia, a concepção de Jensen é retomada, que define interatividade como “uma medida do potencial de habilidade de uma mídia permitir que o usuário exerça influência sobre o conteúdo ou a forma da comunicação mediada”².

Comunicação pressupõe troca, logo interação. Lévy defende que a noção de interatividade está sempre presente em toda a comunicação do ser humano, ao mesmo tempo em que destaca que há graus diferenciados de interatividade:

O termo “interatividade” em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação. De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo. Mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho... A possibilidade de reapropriação e de recombinação material da mensagem por seu receptor é um parâmetro fundamental para avaliar o grau de interatividade do produto. (LÉVY: 2010, 81)

Alguns autores definem a relação com meios como a televisão sendo reatividade (Machado, 1990), uma vez que nada mais resta ao espectador senão reagir

² Disponível em (acesso em 12/10/11) <http://pt.wikipedia.org/wiki/Interatividade>

aos estímulos a partir das alternativas que lhe são oferecidas. Silva atenta para a diferença entre interação e interatividade. O conceito de interação viria da física, do contato material. O conceito de interatividade transcenderia o primeiro, se associando ao campo da informática e designando uma nova dimensão conversacional.³

Para os teóricos de comunicação social, a interatividade quebra um paradigma, o esquema clássico da comunicação de emissor-mensagem-receptor. Torna-se claro para os estudiosos de hoje que, mesmo que a definição de interatividade não seja unânime, não há transmissão de mensagem fechada, sem intervenção ou decodificação do receptor.⁴

O termo interatividade teria surgido no contexto das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC), com a denominada geração digital. Para Silva, a interatividade está na “disposição ou predisposição para mais interação, para uma hiper-interação, para bidirecionalidade - fusão emissão-recepção -, para participação e intervenção”. Ou seja, interatividade não se trata de uma simples troca, mas um sistema complexo que promove mais e melhores interações – seja entre usuário e tecnologias comunicacionais, seja nas relações (presenciais ou virtuais) entre seres humanos.⁵

No contexto de cibercultura, André Lemos concebe a interatividade como “uma nova forma de interação técnica, de cunho eletrônico-digital, diferente da interação analógica, que caracterizou os media tradicionais. A interatividade seria uma ação dialógica entre o homem e a técnica”⁶

Adaptando o conceito de interatividade ao museu, a definição de museu interativo seria justamente o museu que na disposição do seu acervo convida e necessita da interação do público para a transmissão de sua mensagem.

³ Disponível em (acesso em 12/10/11) <http://www.revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-artigo/afinal-o-que-e-interatividade>

⁴ Disponível em (acesso em 12/10/11) <http://www.revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-artigo/afinal-o-que-e-interatividade>

⁵ Disponível em (acesso em 12/10/11) http://www.faced.ufba.br/~dept02/sala_interativa/texto_grupo.html

⁶ Disponível em (acesso em 12/10/11) http://www.ufpe.br/nehete/hipertexto2007/anais/ANAIS/Art20_Castro.swf

3.3. Interatividade para aproximação e decodificação

Há casos de grande sucesso de museus interativos ao redor do mundo. Em sua tese, Cecília Cavalcanti levanta dados do Ministério da Cultura da França de 2008, que compara o número de visitantes dos principais museus de arte franceses – Louvre, Orsay e o Beaubourg – com o *La Cité des Sciences (La Villete)*, centro de ciência e tecnologia interativo. O Louvre é o museu mais visitado do mundo, mas talvez possa surpreender que o *La Cité des Sciences* ocupe o segundo lugar em número de visitantes na França, ultrapassando o Orsay e o Beaubourg.

As tecnologias digitais podem ser ferramentas de grande auxílio para a solução dos problemas de linguagem identificados nos museus, visto que atçam a invenção de novos usos da linguagem. Castro aponta que a vantagem de repensar o museu em conjunto com os estudos da comunicação é traçar estratégias para dinamizar a relação do usuário com o acervo.

Quanto mais ativos forem os meios de comunicacionais e melhores os mecanismos de informação, maior espaço haverá para troca e interação do visitante com o espetáculo museológico, suas exposições. Segundo Calabrese (1980, p. 65), um museu verdadeiramente moderno é aquele que logra constituir “tramas fascinantes por meio de seus próprio recursos”. Vale dizer, não se limita à pura exibição de seus princípios de classificação. A comunicação museológica realiza-se na medida em que amplia a compreensão dos fenômenos de participação e encontro social” (CASTRO: 2009, 29)

Cecília Cavalcanti defende em sua tese que mais do que a interatividade da década de 1980 com o *hands-on*, ou seja, o público poder tocar nas obras, são necessárias para o século XXI exposições com *minds-on* e *hearts-on*, ou seja, a tecnologia que não apenas entretinha manualmente, mas que efetivamente transmita conhecimento e emocione. Ela demonstra que com o crescente uso da interatividade em museus a partir da segunda metade do século XX, põe-se fim à noção de espetáculo puramente mental, para construir sentidos por interpretações e vivências (CAVALCANTI, C: 2011, 139).

Essas propostas ultrapassam uma simples reestruturação do espaço do acervo museológico, e propõem a passagem da relação institucional do museu de unilateral para relacional. Durval de Lara Filho avalia em sua dissertação *Museu: de espelho do mundo a espaço relacional* (2006) as mudanças no museu com o Modernismo

européu, do séc. XIX para o séc. XX. Lara Filho apóia a idéia de o museu como um espaço-relacional, um espaço de experiência para o século XXI.

Parente e Zonenschein igualmente apontam que integrar o real e o virtual amplia os espaços e ações dos museus, cria novas experiências com acervo dinâmico e interativo, englobando características que consideram ideais para os novos museus como o pensar em rede, a rede hipermídia e os mundos virtuais:

Se o papel do comunicador, do animador cultural muda, muda sobretudo a forma de intermediação que até então ele desempenhava: não se trata mais de mostrar, transmitir, comunicar, ensinar o que todos devem saber, mas sim de construir um espaço dinâmico, onde o espectador vai encontrar seu lugar. Esta mudança equivale àquela que ocorreu na passagem da arte moderna para a arte contemporânea. Na arte contemporânea, a obra é aberta, isto é, ela não preexiste à relação como o espectador: ela se atualiza e se define apenas a partir da relação com o espectador. A mesma situação deve orientar os espaços de informação dos museus contemporâneos: o museu deve se apresentar como um espaço aberto, onde o espectador, cada um a seu modo, vai encontrar e construir seu lugar (PARENTE & ZONENSCHIEIN *in* BITTENCOURT *et all*: 2007, 272)

Propor uma postura relacional com o museu garante não somente uma aproximação do público e dessacralização do acervo, como também um passo para a decodificação do conteúdo. Roque aponta que passagem da audiência massiva para ativa é paralela aos princípios da pedagogia construtivista, segundo a qual o indivíduo é ativo face ao meio, responde aos estímulos externos e age sobre eles de modo a organizar o conhecimento a partir das suas experiências pessoais. Paulo Freire dizia que “saber ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção e construção” (FREIRE *apud* CAVALCANTI, C: 2011, 70). Roque crê que “a função comunicativa do museu apenas se cumpre com a participação ativa do público destinatário” e que este é o caminho para a elaboração de um discurso inteligível e acessível a todos (ROQUE *in* MAGALHÃES *et all*: 2010, 61). Igualmente Castro destaca que “a estruturação interativa dos processos da comunicação e dos mecanismos de informação possibilita a decodificação dos recursos museográficos utilizados, deixando espaço para a percepção sensorial” (CASTRO: 2009,129).

Faria em seu artigo “Exposições: do monólogo ao diálogo tendo como proposta de estímulo a mediação em museus” defende a necessidade de uma postura comunicacional interacionista no museu, deixando de lado o processo unilateral em

prol de um diálogo que promova troca de informações e expansão do conhecimento. A museóloga sugere as visitas mediadas como vertente para estimular a comunicação interacionista (FARIA *in* MAGALHÃES *et al*: 2010, 350). Faz-se necessário citar esse exemplo a fim de esclarecer que não acreditamos nos museus interativos como solução única para os problemas citados no item anterior. Trata-se do estudo de uma das propostas – que vem associada com uma série de outras atividades – e em que medida ela é eficaz ou falha. O ponto em comum entre a visita mediada e a forma interativa é a constante busca por uma postura relacional, com o intuito de ajudar o público a decodificar o conteúdo.

3.4. Riscos da interatividade

Os museus interativos trazem as vantagens descritas, mas também riscos de deturpações de sua tecnologia e do conteúdo do acervo. Por vezes, a inclusão de novas tecnologias na interatividade nos museus pode representar apenas uma ferramenta mercadológica, um chamariz de público e não um formador de público. Heloisa Barbuy, vice-diretora e Professora do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, contrapõe espetacularização e conscientização, alertando que essa linguagem que atrai as massas tanto pode ser revertida positivamente – uma operação bem-sucedida de comunicação que consegue estabelecer diálogos com a maioria – quanto negativamente – como um instrumento que promove seu adestramento ou sua alienação.

As exposições espetacularizadas, muitas vezes por meio de recursos eletrônicos, podem igualar os museus aos parques temáticos, aos filmes de ficção, aos megashows, aos jogos eletrônicos e assim por diante. Podem se tornar, assim, passatempos vazios com bilheterias rentáveis e muito pouco resultado no que diz respeito ao desenvolvimento social... Entretanto, as diversões de massas são normalmente democráticas, no sentido de que são acessíveis à imensa maioria. São acessíveis, entre outros aspectos, no eu diz respeito justamente à linguagem. Então, pergunta-se: talvez os museus espetacularizados possam ter, afinal, um papel social? (BARBUY *in* MAGALHÃES *et al*: 2010, 117)

Para acertar na dosagem do uso da interatividade nos museus, Franco faz algumas sugestões no artigo “Sobre os dilemas de expor o nosso tempo”. A comunicóloga e doutoranda em Museologia em Portugal sugere o uso parcimonioso

de tais recursos, sempre com atenção para saber adequá-los “aos objetivos que se pretende atingir e aos conteúdos já desenvolvidos que são, em primeiro plano, a essência de uma exposição” (FRANCO *in* MAGALHÃES et al: 2010, 273).

Outro risco é a banalização do termo “interativo”, que virou marketing de si mesmo. “Vende mídias, vende notícias, vende tecnologias, vende shows e muito mais” (SILVA *apud* CAVALCANTI, C. 2011: 140). É dever da curadoria e direção dos museus atentarem para que suas construções não sejam meros símbolos de governo ou locais de entretenimento, mas que se cumpra a missão do museu, que de acordo com a definição do *International Council of Museums* (ICOM, 2001), “uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade”.⁷

A construção de grande museus, centros culturais, monumentos, está normalmente associada a um grande investimento financeiro, que será revertido para o marketing cultural de governo ou do setor privado. Isso se confirma num relatório final de pesquisa da Fundação João Pinheiro, de Belo Horizonte, que afirma que:

Investir em cultura é, portanto, uma forma de criar uma proteção invisível a favor da imagem das empresas. O apoio à cultura expressa muito bem a face que elas querem projetar de compromisso com a comunidade. Passa a imagem de agente econômico moderno, que está inserido na sociedade e considera os seus valores. A cultura, então, é uma excelente área para formar imagem. Oferece muitas possibilidades e pode atingir muitos segmentos do mercado consumidor (Brasil MEC, 2005) (LARA FILHO: 2006, 54)

Couto alerta igualmente para o risco de projetos culturais se tornarem tão somente ferramentas de marketing, sem cumprirem sua real função:

Mas que instituições são essas, os centros culturais, que se assemelham tanto a um shopping Center? Ilhas de diversão e consumo, os centros são mesmo instituições interessadas no cultivo do espírito de seus visitantes, ou apenas essas instituições são braços de departamentos de marketing de grandes empresas, que propagam suas marcas institucionais por meio das leis de incentivo à cultura? Os centros culturais não representariam apenas o uso das manifestações culturais como forma de legitimar a identidade das marcas patrocinadoras? (COUTO: 2005, 27).

⁷ Disponível em (acesso em 14/10/11) <http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu>

Outro problema quando se fala de museus interativos é que assegurar que os aparatos interativos efetivamente auxiliem a transmissão do conteúdo e não se tornem meros “brinquedos” que não dizem nada. A interatividade só tem valor quando comunica, como alerta Lévy a respeito de uma instalação de Jeffrey Shaw em *Artifices*, em 1996.

Muitos visitantes à sua volta se interessam por alguns instantes pelo dispositivo, querem tocar nos controles... Depois se cansam : “É divertido. Mas o que ele quis dizer?”... Esperamos muitas vezes das artes do virtual um fascínio espetacular, uma compreensão imediata, intuitiva, sem cultura. Como se a novidade do suporte devesse anular a profundidade temporal, a espessura de sentido, a paciência da contemplação e da interpretação. Mas a cibercultura não é, justamente, a civilização do *zapping*. Antes de encontrar o que procuramos na World Wide Web, é preciso conhecer seus membros e é preciso que eles o reconheçam como um dos seus. As obras e os documentos interativos em geral não fornecem nenhuma informação ou emoção *imediatamente*. Se não lhes forem feitas perguntas, se não for dedicado um tempo para percorrê-los ou compreendê-los, permanecerão selados (LÉVY: 2010,71)

Com isso, a interatividade é inútil quando não propicia um encontro do público com o acervo do museu, uma experiência que gere emoções, conhecimento, diálogo, reflexão crítica.

A frequência de museus obedece a uma lógica bem conhecida da teoria da comunicação, já que, à maneira de um emissor de rádio ou televisão, o museu propõe uma informação que pode se dirigir a qualquer sujeito possível sem implicar em um custo maior e só adquire sentido e valor para um sujeito capaz de decifrá-la e saboreá-la (BOURDIEU & DARBEL: 2007, 113)

E, finalmente, é importante esclarecer que o museu interativo não vem para abolir ou substituir os formatos de museu tradicional, mas para auxiliar na democratização da cultura, facilitar a compreensão de determinados conteúdos e propor uma nova relação do público com o museu e por conseguinte da imagem do espaço museológico.

Claro que haveria ressalvas que poderiam ser feitas: seu próprio horizonte, que, afinal, é mais a palavra do que a língua; a marginalização do enunciado, do ato da fala e suas variáveis e de toda uma série de implicações antropológicas fundamentais; os riscos, nas combinações e recombinações que a informática permite, de desfazer sentidos, atomizá-los caleidoscopicamente ou dificultar um pensamento crítico etc. Mas seu lugar não pode ser contestado. O que pode e deve, sim, ser negado é apresentá-lo como modelo desejável do museu do futuro, destinado a substituir o museu “tradicional” (MENESES *in* BITTENCOURT *et al.*: 2007, 65)

Os museus interativos se mostram parte de um processo de cibercultura e de novas relações da sociedade com a tecnologia. A interatividade auxilia a transmissão da mensagem do museu, uma vez que o espaço se torna mais relacional e com narrativas que contextualizam os objetos, possibilitando a compreensão mesmo dos públicos sem conhecimento prévio. Por outro lado, os museus interativos também têm riscos e problemas, que devem continuar sendo avaliados.

4. O *Boom* de Museus Interativos no Rio de Janeiro

Uma avaliação do contexto de prosperidade, visibilidade e otimismo do Rio de Janeiro no qual acontece o *boom* de museus interativos, seguida da descrição de cada um dos quatro projetos. A visão dos curadores e realizadores dos novos museus interativos da cidade com entrevista concedidas à autora, entrelaçadas com as questões e possíveis soluções levantadas nos capítulos 2 e 3.

4.1. Contexto de prosperidade, visibilidade e otimismo da cidade

O Rio de Janeiro vive, sem dúvida, um de seus momentos de maior investimento e visibilidade mundial de sua história. O pré-sal, a Copa do Mundo de 2014, as Olimpíadas de 2016, as Unidades de Polícia Pacificadora nas comunidades, todos simultaneamente ampliam o papel internacional da cidade de pólo turístico para centro de oportunidades financeiras.

Os cariocas são beneficiados não só com a presença de grandes eventos na cidade, mas principalmente com as melhorias que eles desencadeiam na infraestrutura e nas dinâmicas econômicas locais. Essa é a visão que o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva privilegiou em seu programa de rádio “Café com o presidente” de outubro de 2009, como retoma reportagem do G1:

“Eu, sinceramente, não considero gasto, eu considero investimento. Nós temos que perguntar não quanto o Brasil vai gastar, mas quanto o Brasil vai ganhar com a realização das Olimpíadas. É acreditando assim que a gente vai fazer uma grande Olimpíada”. Para Lula, o importante é que o Brasil terá uma chance de se apresentar ao mundo. “Portanto, ao invés da gente utilizar a palavra gasto, nós precisamos utilizar a palavra investimento”⁸.

A revista *Veja Rio* em matéria de dezembro de 2010 destaca a década atual como a da terceira grande transformação no Rio de Janeiro, precedida pela chegada da corte portuguesa no início do século XIX e a reforma Pereira Passos no início do século XX. A revista lista as principais obras, inaugurações, eventos e investimentos

⁸ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1329352-5601,00-BRASIL+DEVE+SE+PREOCUPAR+MAIS+COM+O+QUE+VAI+GANHAR+COM+AS+OLIMPIADAS+DIZ+LU.html>

que deverão acontecer na capital e no estado até 2020, entre elas citadas as construções dos quatro museus interativos abordados nessa monografia. Em entrevista, o secretário municipal de Desenvolvimento, Felipe Góes enfatiza que “Nenhuma cidade brasileira viveu uma experiência desse tipo, com tanto a ser feito em um prazo pré determinado”, até 2016. O texto lembra que artigo da prestigiada *London School of Economics* mostra que nenhum outro país evolui tanto quanto o Brasil após a última recessão mundial.⁹

Pouco depois do anúncio do Brasil como país sede das Olimpíadas 2016, a atual presidente da república e então ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff destacou o evento como significado histórico e o contexto de otimismo e crescimento brasileiro como “Um momento de congraçamento do mundo essa celebração. Hoje, queremos que seja também a celebração do Brasil. De termos deixado de sermos o país do futuro e sermos o país do presente”¹⁰

Reportagem do portal *R7* (Rede Record), destaca estudo da FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) de abril de 2011 que projeta que o PIB (Produto Interno Bruto) Fluminense iria quadruplicar nos próximos nove anos. Este valor, colocaria o Rio de Janeiro como ponto com maior concentração territorial de investimentos públicos e privados do mundo.¹¹ O estudo assinala a mobilização de empresas brasileiras e multinacionais para aplicar em setores estratégicos tendo em vista os planos para a melhoria da infraestrutura da capital - em áreas como transporte, saneamento, habitação. As estatísticas indicam até 2020 os gastos serão 25% dos cofres públicos e o restante da iniciativa privada, especialmente nos setores energético, de telefonia, de transporte e da construção civil.

Igualmente a economista do BNDES Ana Cláudia Além comenta o recorde de investimento externo direto no Brasil em maio de 2011 em entrevista do “Programa Conta Corrente”, da *Globo News*:

⁹ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1286771&page=7>

¹⁰ Disponível em (acesso em 02/10/11) http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1334178-9356,00-GOVERNO+PODE+TER+PAC+PARA+COPA+E+OLIMPIADAS+DIZ+DILMA+ROUSS EFF.html

¹¹ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/noticias/total-de-investimentos-no-rio-ate-2020-sera-4-vezes-superior-ao-pib-do-estado-em-2010-20150405.html>

Bateu-se um recorde no investimento externo direto. É o sucesso que o Brasil está fazendo lá fora, o Brasil pela solidez da sua economia, pelo fato de ter saído bem da crise de 2008, não ter tido tantos transtornos quanto outros países e também apresentar um série de grandes oportunidades de investimentos nos próximos anos como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. É um conjunto de medidas muito favorável, principalmente a solidez da economia. Penso que isso certamente tem sido o grande destaque do Brasil no panorama internacional¹²

Vantagens sempre vem acompanhadas de desvantagens também como, por exemplo, o super aquecimento do mercado imobiliário que já vem pesando muito no bolso dos cariocas. Reportagem da revista *Exame* de setembro de 2011 alerta que o aluguel de imóveis subiu em até 50% em alguns bairros, com dados do Creci/RJ. Há cada vez mais estrangeiros adquirindo ou comprando imóveis; somente a Imobiliária Judice & Araujo teria registrado alta de 150% de clientes de fora do País. Em contrapartida, muitos brasileiros estão investindo em imóveis no exterior, aproveitando a queda de preços em virtude da crise norte-americana.¹³

O Portal 2014 lembra que os eventos esportivos são apenas a ponta do iceberg de muito investimento e mudanças possíveis no País:

O que está em jogo não é apenas o futebol ou o "Caneco da Fifa", mas a oportunidade de o país atrair bilhões e bilhões de dólares em investimentos para seu desenvolvimento. O que interessa, de fato, é aproveitar a Copa para construir a infraestrutura que ficará no Brasil de 2022, quando o país completa o Bicentenário da Independência.¹⁴

Entre as reformas previstas para a capital fluminense estão a reestruturação do transporte público com o sistema BRT (Ônibus de Trânsito Rápido), a construção do corredor expresso Transcarioca (ligando a Barra da Tijuca e o Aeroporto Internacional, na Ilha do Governador), a transoeste (via expressa da Barra da Tijuca a Santa Cruz), a Transolímpica (via expressa da Barra da Tijuca a Deodoro), o Metrô

¹² Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1518563-7823-ECONOMISTA+DO+BNDES+FALA+DO+RECORDE+DO+INVESTIMENTO+EXTERN+O+DIRETO,00.html>

¹³ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/imoveis/noticias/aquecimento-do-mercado-imobiliario-aumenta-em-ate-50-aluguel-de-imoveis-no-rio>

¹⁴ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://www.copa2014.org.br/porque-o-brasil/>

Linha 4, o Parque Olímpico, o porto Olímpico, a reestruturação sambódromo, entre outros.¹⁵

No livro *Legados de Megaeventos Esportivos* são retomados conteúdos da palestra do professor Holger Preuss da Universidade de Mainz (Alemanha), que pesquisa as tendências da Gestão da Economia dos legados dos eventos olímpicos. Preuss aponta os eventos esportivos como catalisadores de importantes melhorias na qualidade de vida das cidades que o recebem, em diversas áreas como habitação, transporte, segurança, convivência, educação, sucesso econômico etc. O pesquisador alemão distingue em cinco categorias os legados que determinam os benefícios dos Jogos Olímpicos: a (1) infra-estrutura, (2) saber e conhecimento, (3) imagem, (4) economia, (5) comunicações e (6) cultura. Preuss explica que o custo-oportunidade é quando o recurso está disponível para apenas uma finalidade e para nenhuma outra diferente (DACOSTA *et al*: 2008). Madruga adequa à discussão ao cenário brasileiros nos grandes eventos esportivos:

Caso não houvessem os Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro, esses estimados investimentos de 10 bilhões de dólares iriam para a infraestrutura da cidade candidata? O mesmo teria acontecido com os 3 bilhões de reais gastos no Pan 2007, caso estes não tivessem acontecido no Rio? Em teoria econômica, e de acordo com o que temos constatado com experiências de megaeventos esportivos, é que os Jogos constituem efetivamente numa grande oportunidade para se antecipar, a médio prazo, o dinheiro que só viria a longo prazo. (MADRUGA *in* DACOSTA *et al*: 2008, 61).

Dessa forma, os eventos internacionais podem potencialmente viabilizar o acesso de camadas significativas da população a políticas públicas de diversas áreas e a bens culturais, frutos de um investimento extraordinário:

Os legados de megaeventos esportivos são elementos indissociáveis da política pública e da função precípua do Estado, qual seja, de assegurar os direitos sociais fundamentais a todos os cidadãos, com qualidade, equidade e universalidade... Importante ressaltar a necessidade de envolvimento da sociedade em todo o processo, e não apenas dos especialistas. A participação da comunidade é a garantia de um legado voltado para o social e de seu futuro uso e incorporação. Não se trata, portanto, de discorrer sobre eventuais legados que sejam autonomamente ou compulsoriamente gerados pelos megaeventos na cidade, estado ou País; mas de identificar possibilidades transformadoras e identificar como maximizar eventuais legados e otimizar os benefícios da realização dos grandes eventos com foco na garantia dos direitos fundamentais dos

¹⁵ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://www.cidadeolimpica.com/>

cidadãos e na superação de limites e vulnerabilidades existentes na cidade, estado ou País que os realizam. (FILGUEIRA *in* DACOSTA *et al*: 2008, 68).

Vale ressaltar que as construções nesse contexto não são somente funcionais, mas tem uma importância arquitetônica fundamentais. Arquitetos de grande renome internacional têm sido convidados para as últimas construções e projetos na cidade, entre eles Santiago Calatrava (Museu do Amanhã), Diller Scofidio + Renfro (Museu da Imagem e do Som), Elizabeth Dilles (Museu da Imagem e do Som). Em janeiro de 2011, a cidade foi eleita a melhor cidade do mundo pelo *Best Design Award*, concedido pela revista inglesa *Wallpaper*, referência mundial de design, moda, viagem e arquitetura. A revista destaca os avanços para a Copa do Mundo, Olimpíadas, as pacificações em comunidades e a revitalização da Lapa e Zona Portuária.¹⁶

Outro valor agregado que vem na arquitetura é a sustentabilidade, tema em voga por todo o mundo. Dois dos museus interativos abordados nessa monografia, o Museu do Amanhã e o Museu da Imagem e do Som, já ganharam o selo de sustentabilidade *Leed* (sigla em inglês para Liderança em Energia e Design Ambiental), concedido pelo *Green Building Council/Brasil*. Os projetos preveem soluções ecologicamente corretas tanto no processo de construções – seus métodos e materiais – quanto numa arquitetura preocupada com o meio ambiente. O Museu do Amanhã usa energia solar e sistema de resfriamento do ar-condicionado com uso da Baía da Guanabara filtrada (mais detalhes no item 4.2) e o Museu da Imagem e do Som, por exemplo, reciclou os resíduos gerados pela demolição da boate *Help*, que ocupava o terreno utilizado¹⁷. Optar pela sustentabilidade repercute positivamente no meio ambiente, mas principalmente na opinião pública, já participando de uma construção da imagem desses museus e sua relação com o público.

É nesse contexto de prosperidade, crescimento e investimento socioeconômicos e visibilidade internacional que os museus interativos Museu do Amanhã, Museu de Arte do Rio, Museu da Imagem e do Som e Museu Olímpico Brasileiro serão construídos no Rio de Janeiro.

¹⁶ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://www.cultura.rj.gov.br/materias/wallpaper-rio-e-eleita-a-melhor-cidade-do-mundo>

¹⁷ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://oglobo.globo.com/economia/morarbem/mat/2010/10/22/mis-com-selo-de-sustentabilidade-sai-do-papel-em-dezembro-museu-do-amanha-o-proximo-922844683.asp>

4.2. Projetos de Museus até 2016

Em seu livro *A imaginação museal – Museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro* (2009), o museólogo e doutor em Ciências Sociais Mário Chagas destaca três aspectos distintos e complementares do museu: campo discursivo para a museografia, centro produtor de interpretação para a museologia e arena política do ponto de vista histórico-social. É pertinente enfatizar esse último aspecto em relação aos projetos de museus interativos previstos até 2016. Válido igualmente readequar as seguintes indagações que Mário Chagas levanta em relação aos museus que estudou:

As instituições museais têm a vida que lhes é dada pelos que nela, por ela e dela vivem. Interessa, portanto, saber por quê, por quem e para quem os seus textos narrativos são construídos; quem, como, o que e porque interpreta; quem participa e o que está em causa nas pendengas museais (CHAGAS: 2009, 61)

A Fundação Roberto Marinho (FRM) está à frente de três dos quatro projetos de museus interativos previstos até 2016 no Rio de Janeiro: o Museu do Amanhã, o Museu da Imagem e do Som e o Museu de Arte do Rio. A Fundação foi igualmente responsável pela elaboração de dois museus interativos referenciais no Brasil, o Museu da Língua Portuguesa, inaugurado em 2006, e o Museu do Futebol, dentro do estádio do Pacaembu, inaugurado em 2008, ambos na cidade de São Paulo.

Criada em 1977 pelo jornalista Roberto Marinho, a Fundação tem como missão mobilizar pessoas e comunidades, por meio da comunicação, de redes sociais e parcerias, em torno de iniciativas educacionais que contribuam para a melhoria da qualidade de vida da população brasileira. A respeito dos museus interativos em construção, a FRM afirma em sua apresentação do site oficial que:

Três novos projetos da Fundação, os museus que serão inaugurados no Rio de Janeiro em 2012 serão a síntese de toda a trajetória da instituição. O Museu da Imagem e do Som, o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio vão aliar educação, sustentabilidade, preocupação com o meio ambiente, tecnologia, meios de comunicação e cultura. Todos valores idealizados pelo seu fundador, há mais de trinta anos, como forma de planejar um futuro melhor para o país.¹⁸

¹⁸ Disponível em (acesso em 02/10/11)

<http://www.frm.org.br/main.jsp?lumChannelId=8A94A98E20E7EF740121115ABD140ABE>

Em entrevista concedida para a pesquisa aqui exposta, Larissa Graça, gerente de projetos da FRM lembra que o estudo de interatividade considera três níveis já anteriormente citados, o *hand-on* (o conteúdo ser tocado, manipulado), *minds-on* (ao ser tocado, o conteúdo significar, transmitir uma mensagem ou conhecimento) e *hearts-on* (ser tocado, transmitir conhecimento e emocionar, encantar). Graça explica que a FRM já procura um quarto nível para os museus em construção no Rio:

Hoje nós já evoluímos para o quarto conceito de interatividade, que temos discutido muito aqui na Fundação, é uma coisa nova, que tem vindo de discussões muito recentes que temos tido. O quarto nível de interatividade é que essa interação seja até uma surpresa para o visitante, que ela aconteça de um movimento não voluntário do visitante. Então que o museu reaja a algo que o visitante não espera e aquilo cause uma surpresa, uma emoção, um encantamento no visitante. Tanto o Museu da Língua Portuguesa quanto o Museu do Futebol foram pioneiros na interatividade no Brasil e agora, nos museus do Rio de Janeiro, estamos dando um passo um pouco maior na interatividade, nesse quarto nível.¹⁹

Uma tecnologia da qual os três museus da FRM farão uso é a de áudio guias em aplicativos para *iphone*, *tablets*, *smartphones*. A plataforma se mostrou a mais adequada possível para atender a diferentes demandas sem poluir a comunicação visual com legendas, seja para pessoas com necessidades especiais, crianças, estrangeiros dos mais diversos idiomas. O aplicativo que pode ser baixado no próprio aparelho do visitante reduz igualmente o custo com equipamentos exclusivos para audioguia, além de multiplicar suas possibilidades de uso:

Claro que não podemos supor que todo brasileiro vai ter um *smartphone* em dois anos, mas a diferença é que posso ter esse equipamento disponível no museu para todo tipo de público, com várias funções, todos os aplicativos que tem no museu, como a audiodescrição, audioguia, informações e experiências complementares, aprofundamento de conteúdo. Cada público tem uma necessidade então, por exemplo, o público infantil posso ter um aplicativo que trabalhe aquele conteúdo numa linguagem mais compreensível para as crianças, talvez mais lúdica. Ou talvez um aplicativo para o cientista, porque ele precisa de muito mais informação, ele quer muito mais detalhes do que o público em geral. Isso tudo para mim é acessibilidade.²⁰

O Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio de Janeiro integram a operação Urbana Porto Maravilha, de revitalização do região portuária. O Porto

¹⁹ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

²⁰ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

Maravilha é uma iniciativa de 2009 da Prefeitura do Rio de Janeiro, com apoio dos Governos Estadual e Federal, que pretende promover a reestruturação local, por meio da ampliação, articulação e requalificação dos espaços públicos da região, visando a melhoria da qualidade de vida dos moradores e a sustentabilidade ambiental e socioeconômica da área. Já estão em andamento obras da primeira fase, que privilegiam a construção de novas redes de água, esgoto, drenagem e urbanização. Iniciou-se em junho de 2011 e segue até 2015 a segunda fase de trabalhos, com a reurbanização da região de 5 milhões de metros quadrados e estruturação de novo padrão de qualidade dos serviços urbanos, que inclui, por exemplo, coleta seletiva de lixo e iluminação pública eficiente e econômica, além de mudanças viárias impactantes como a demolição do Elevado da Perimetral, a transformação da Avenida Rodrigues Alves em via expressa, entre outras. Os museus entram nas ações para a valorização do patrimônio histórico da região – reaproximando a cidade e marcos fundamentais, como o Morro da Conceição e o Mosteiro de São Bento – e desenvolvimento social, econômico e cultural.²¹ Larissa Graça adianta que serão elaboradas visitas especiais aos museus para os turistas dos cruzeiros que chegam ao porto:

O Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio estão ao lado do receptivo de cruzeiros, como vou atender esse público enorme que chega ao porto anualmente, mas que não tem talvez um tempo de visita ideal para um museu? Que experiência eu posso oferecer para esse visitante, para que o Museu do Amanhã e MAR também seja um atrativo para ele? Ele dá um volta de meia hora ou vai ao restaurante do museu. Estamos construindo os projetos nesse plano de comunicação e mapeando todos os diferentes públicos que temos que atendê-los.²²

²¹ Disponível em (acesso em 30/9/11)

<http://www.portomaravilhario.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx>

²² Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

Museu do Amanhã



O Museu do Amanhã é um museu de Ciências que ao invés de lidar com vestígios do passado ou evidências do presente, pretende fazer a passagem para o desconhecido, permitindo o livre exercício da imaginação como uma plataforma para sondar, por meio de idéias e emoções, o caminho em direção ao futuro. O museu ocupará área de 12,5 mil metros quadrados, com vista privilegiada para a Baía de Guanabara no Píer Mauá.

A proposta do Museu é criar um portal das questões do passado e presente com as possibilidades do futuro. A polaridade das Ciências Cósicas (que lidam com sistemas demasiado grandiosos ou diminutos para que possam ser percebidos diretamente pelo homem) e as Terrestres (todas as demais, incluindo a Biologia e as Humanidades) será uma marca na estrutura. Outro eixo da narrativa têm três dimensões, descritas na apresentação da Fundação Roberto Marinho como “a história das formações da MATÉRIA serve de palco para o desdobramento das organizações da VIDA, que é o suporte para a emergência das inovações do PENSAMENTO”²³. Hugo Barreto, secretário-geral da Fundação Roberto Marinho, sintetiza a conteúdo e objetivo do Museu do Amanhã:

²³ Disponível em (acesso em 30/9/11)

<http://www.frm.org.br/main.jsp?lumPageId=FF8081811F27C555011F37254F73287F&lumS=projeto&lumItemId=FF8080812B758CD4012BCF6BED670C48>

O museu vai unir ciência, tecnologia e conhecimento, e, portanto o homem, o pensamento humano, e olhar para onde tudo isso vai nos levar. Nós queremos estimular as pessoas a pensarem de forma mais consciente sob o ponto de vista ecológico, mas também sobre o modelo de vida, social e civilizatório em que nós estamos inseridos²⁴

O percurso começa de forma luminosa no “Atrium de hoje”, que traz uma quadro multifacetado da atualidade, estado-de-coisas do Conhecimento e da Humanidade, a fim de levar a uma janela para o futuro. Uma “Travessia das perguntas” é seguida pela “Espiral Cósmica”, que faz uma viagem da Terra para as galáxias, passando pelos átomos e emergindo na Praça Mauá, num ambiente similar a um planetário. A nave central apresenta quatro grandes questões que definirão o futuro do planeta: a estação do clima (mudanças climáticas, causas e conseqüências), porto das origens (desenvolvimento da vida e crescimento da população), praça do agora (integração econômica, social e comunicacional) e plataforma do futuro (aponta a diversidade biológica, ecológica e cultural). A narrativa do Museu enfatizará o comportamento humano e a ética com a sustentabilidade e tolerância, com o intuito de torna a experiência da visitaçãõ uma ponte motivadora para um mundo mais colaborativo no plano individual e coletivo.

Os curadores do Museu do Amanhã são Luiz Alberto Oliveira, físico e doutor em Cosmologia, e Leonel Kaz, curador do Museu do Futebol, do Museu de Arte do Rio e professor de Cultura Brasileira na PUC/Rio. Há um comitê curatorial de apoio coordenado por Andrea Margit e Jarbas Mantovanini, gerentes de Meio Ambiente e de Comunicação da Fundação Roberto Marinho, respectivamente. Para criar o percurso abrangente de temas, conta-se com uma equipe multidisciplinar de consultores que inclui Alexandre Cherman (astrônomo), Carlos Nobre (climatologista), Jorge Lopez (pesquisador e engenheiro), José Augusto Valladares Pádua (historiador e cientista político), Luiz Fernando Dias Duarte (antropólogo), Sérgio Besserman (economista e ambientalista) e Suzana Herculano-Houzel (neurocientista).

O museu almeja ser um ícone da arquitetura mundial, graças ao projeto do espanhol Santiago Calatrava, eleito em 2005 pela revista americana *Time* como uma das cem pessoas mais influentes do planeta. A sustentabilidade, questão que será

²⁴ Disponível em (acesso em 30/9/11)

<http://www.frm.org.br/main.jsp?lumPageId=FF8081811F27C555011F37254F73287F&lumS=projeto&lumItemId=FF8080812B758CD4012BCF6BED670C48>

destacada no percurso narrativo, serviu de inspiração para a concepção arquitetônica, que utiliza recursos naturais do local, como água da baía para diminuir a temperatura do interior, além de aproveitar a ventilação natural e a ventilação cruzada, sempre que possível. Grandes estruturas dinâmicas proporcionarão sombra e captarão energia solar para conversão em energia elétrica para o prédio. Um espelho d'água ao redor do prédio irá mimetizá-lo com as águas da Baía de Guanabara, que serão utilizadas no sistema de refrigeração e função educativa de explicar o sistema de filtragem da água. A concepção do projeto do museu levou em consideração aspectos culturais e históricos da cidade, além de se inspirar em elementos da Floresta Atlântica, para conceber o projeto do museu, que valoriza a paisagem e se integra à Praça Mauá e ao Museu de Arte do Rio (MAR). A estrutura inclui ainda programas educativos, loja, auditório, salas de exposições temporárias, café, restaurante e belvedere para contemplação da vista.

Uma vez que o Museu trabalha com o futuro, um de seus grandes desafios é manter o conteúdo atualizado, renovado frequentemente. Para isso, será construído no espaço o Observatório do Amanhã, com a proposta de fórum permanente para a disseminação de informações atualizadas sobre temas tratados no Museu, tendo como base as relações de parcerias. A gerente de projetos, Larissa Graça, explica:

O Museu do Amanhã tem que conversar com outros museus de ciência, porque um museu de ciência sozinho não faz nada, até por questões operacionais. Produzir uma exposição de museu de ciência é muito caro e precisa ter exposições temporárias, que se renovam. Fazer parcerias com outros museus de ciências para permitir essa troca é muito importante. E temos no Museu do Amanhã o Observatório do Amanhã, que vai ser um centro de referência sobre os sinais vitais do planeta, para que consigamos atualizar a exposição e também para essa massa científica, pois precisamos construir relações com quem está produzindo esse conhecimento. Na verdade o Observatório é quase um *hub* que liga tudo isso. Hoje não conseguimos pensar nenhum projeto isolado e autônomo, as conexões e a rede estão presentes.²⁵

O Museu do Amanhã tinha teto de investimento imposto em R\$65 milhões, mas já está estimado em R\$ 200 milhões, com construção a ser licitada. A inauguração era planejada para o primeiro trimestre de 2011, para ser sede do

²⁵ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

encontro Rio + 20, mas a Secretaria Municipal de obras alerta que dificilmente a conclusão será antes de 2013.²⁶

Ainda não estão disponíveis descrições minuciosas de como se dará a interatividade no Museu do Amanhã, mas segundo o site do Porto Maravilha, será similar aos Museus da Língua Portuguesa e Museu do Futebol, ambos em São Paulo e organizados pela Fundação Roberto Marinho²⁷. Informações da DiCYT, Agência de Notícias de divulgação de Ciência e Tecnologia, apontam que o Museu do Amanhã será baseado na interatividade, simulação e inovação. A proposta seria aumentar o contato com o conhecimento científico por meio a ampliação da participação dos visitantes em espaços digitais, com projeções 3D que permitem aprendizado com emoção numa experiência individualizada. Ainda segundo a DICYT, o projeto do museu está alinhado com os princípios da museologia moderna, em que o projeto educativo inovador é materializado por meio de uma narrativa que utiliza obrigatoriamente recursos virtuais, imagens cenográficas, efeitos holográficos e atrações interativas.²⁸ Larissa Graça antecipa também que o Museu do Amanhã trará um espaço interativo com a questão “Qual o seu compromisso para o amanhã?”, para que o público, a partir das reflexões suscitadas ao longo da visita, possa gravar um vídeo se comprometendo com um futuro melhor. Vídeo este que poderá ser visto quando voltar a visitar o museu, dias, meses ou anos depois, para que o visitante possa dizer se cumpriu aquilo, se mantém o ponto de vista.²⁹

No site da Secretaria do Meio Ambiente, a secretária Marilene Ramos, enfatiza em relação ao Museu do Amanhã que eles consideram:

O museu uma instituição importante, por tratar de forma lúdica e interativa a questão do desenvolvimento sustentável e do meio ambiente, entre outros temas, numa perspectiva futura. É uma oportunidade que teremos de transmitir para a população, em geral, e para a juventude, em especial, esses conhecimentos que despertam a consciência.³⁰

²⁶ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/925826-custo-para-a-construcao-do-museu-do-amanha-triplica-em-um-ano.shtml>

²⁷ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://www.slideshare.net/viniciusmoro/projeto-porto-maravilha>

²⁸ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://www.dicyt.com/noticia/finep-investe-r-2-milhoes-em-museu-do-amanha>

²⁹ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

³⁰ Disponível em (acesso em 30/9/11) http://www.sea.proderj.rj.gov.br/pages/imprensa/detalhe_noticia.asp?ident=1386

Além da estrutura interativa como caminho para amplificação do público, o próprio projeto Porto Maravilha, no qual se inserem o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio, visa democratizar o acesso à cultura, conforme enfatiza Felipe Góes, secretário municipal de Desenvolvimento e presidente do Instituto Pereira Passos no site da Fundação Roberto Marinho:

A ocupação do Pier Mauá com um equipamento cultural é simbólica. Estamos resgatando a região portuária através da cultura e do conhecimento. Implantado num cenário tão bonito, misturando modernidade e tradição, o projeto do Museu do Amanhã é a cara do Rio de Janeiro.³¹

Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR)



Ainda no eixo de revitalização Zona Portuária, o Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR) ocupará dois prédios reformados e interligados: o Palacete Dom João VI, tombado e de estilo eclético de 1916, e o edifício vizinho, onde funcionou um Hospital da Polícia Civil e o terminal rodoviário Mariano Procópio, construído em estilo modernista. A curadoria é de Leonel Kaz, com previsão de inauguração para o primeiro trimestre de 2012, orçamento inicial de R\$ 43 milhões, numa iniciativa da

³¹ Disponível em (acesso em 30/9/11)
<http://www.frm.org.br/main.jsp?lumPageId=FF8081811F27C555011F37254F73287F&lumS=projeto&lumItemId=FF8080812B758CD4012BCF6BED670C48>

Prefeitura do Rio de Janeiro, com realização da Fundação Roberto Marinho e apoio do Governo do Estado do Rio de Janeiro.

O museu trará uma exposição permanente e multimídia sobre a cidade e suas transformações e exposições-diálogo temporárias, para criar relações entre coleções do Rio e a arte estrangeira, com acervos públicos e privados do Brasil, abrigados por outros museus e de coleções do exterior. O curador antecipa em entrevista ao jornal *O Globo* que pensa inicialmente em exibir obras privadas, de colecionadores como João Sattamini, Jean Boghici, Gilberto Chateaubriand, Sergio Fadel e Luís Antonio de Almeida Braga.³² Dos quatro museus trabalhados nessa monografia, a princípio o MAR é o que terá mesmo interatividade, por ser um museu de arte, mas mesmo assim procurará formatos mais dinâmicos.

E apesar de ser um museu de acervo, vamos tender a trabalhar também um pouco de interatividade. Ainda não temos definido como trabalharemos isso, mas acreditamos que pode ser de uma forma mais interativa. A própria seleção curatorial por ser mais ousada permite você fazer conexões que não são evidentes. Acreditamos que no caso do MAR a escola é o grande diferencial do projeto.³³

Um grande destaque é o projeto “Escola do olhar”, que integra arte e educação, visando proporcionar experiências criativas do sentir, pensar e agir a partir da utilização do Museu e da Cidade como laboratórios. A “Escola do olhar” privilegia a rede pública municipal, a fim de capacitar professores a instigar nas crianças e jovens uma nova percepção da arte e do mundo.³⁴ Larissa Graça destaca que “Escola do olhar” não é somente um projeto educativo como de outros museus, mas é o pilar do Museu de Arte do Rio, sendo a parte expositiva como um laboratório experimental. Esperam que trabalhando a percepção consigam abranger mais público.

O público que será muito trabalhado será o de professores da rede pública municipal. Esse professores serão tirados de sala de aula, daremos uma oportunidade de eles irem para a escola do olhar, trabalharem conceitos de percepção. A nossa tese é que você não

³² Disponível em (acesso em 30/9/11)

<http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2010/05/28/comecam-as-obras-do-museu-de-arte-do-rio-espaco-integrado-de-arte-educacao-historia-na-praca-maua-previsto-para-2012-916723549.asp>

³³ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

³⁴ Disponível em (acesso em 30/9/11)

<http://www.frm.org.br/main.jsp?lumPageId=FF8081811F27C555011F37254F73287F&lumS=projeto&lumItemId=FF8080812B758CD4012BCFF2B3CF5DF6>

olha só com os olhos, você enxerga com os cinco sentidos. Estimular os professores a trabalhar a questão da percepção, para eles atuarem dentro de sala de aula de uma forma diferente. Nós acreditamos que essa mobilização do professor da rede pública e eles levando esse conhecimento para os seus alunos, isso pode ser um movimento muito importante.³⁵

Em entrevista ao site oficial do projeto Porto Maravilha³⁶, o curador Leonel Kaz pontua que a inspiração do MAR é a galeria *Tate Modern*, em Londres, que promove diversas exposições que abrangem moda, tecnologia, design, cinema. Leonel Kaz convidou uma equipe multidisciplinar de como consultores e colaboradores para elaborar o conteúdo do MAR, que inclui o historiador Rafael Cardoso, o filósofo Aulerives Maciel e o crítico e curador Paulo Herkenhoff, que batizou o museu, substituindo o nome Pinacoteca, divulgado em 2009.

Para a realização de todas as suas atividades, o MAR terá cinco focos de ação: exposições que buscam o diálogo da arte brasileira com a arte estrangeira; exposição permanente sobre a paisagem e o cotidiano carioca; exposições de interação com o espaço urbano, inclusive a céu aberto; formação de professores; e ampliação da capacidade de percepção dos alunos.

A estrutura de 8,5 mil metros quadrados do MAR inclui salas expositivas, salas de aula/ pátios de aprendizagem, midiateca, auditórios, loja, um bar-restaurant com vista panorâmica e o setor administrativo. Segundo reportagem do jornal *O Globo*, para ficar mais integrado à região, o museu vai se adequar à vida noturna da Praça Mauá e abrir à noite e de madrugada, além de ter um teleférico vai conectar os dois edifícios ao Morro da Conceição.³⁷

³⁵ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

³⁶ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://www.portomaravilhario.com.br/>

³⁷ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2010/06/01/prefeito-eduardo-paes-lanca-pedra-fundamental-do-museu-de-arte-do-rio-916751575.asp>

Museu da Imagem e do Som



Dos quatro novos museus interativos previstos para a cidade, talvez o mais adiantado nas obras, elaboração do conteúdo e interatividade seja o Museu da Imagem e do Som (MIS). Isso se deve primeiramente ao fato de não ser um novo museu, mas sim uma nova sede reformulada do museu audiovisual criado em 1965, pioneiro no país. O MIS já era uma instituição de referência, atualmente com prédios na Lapa e na Praça XV, com 22 coleções particulares de fotos, cartazes, discos, filmes, textos, entre outros; além da coleção própria “Depoimentos para a posteridade”, com quase mil gravações de personalidades de diversos setores da cultura disponíveis para consulta.

O novo MIS tem curadoria de Hugo Sukman, fruto de um trabalho conjunto da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e da Fundação Roberto Marinho, com previsão inicial de inauguração no segundo semestre de 2012 e orçado em R\$ 70 milhões. Reportagem do Bairros.com, do jornal O Globo, informa que a inauguração já foi adiada em pelo menos seis meses, agora está prevista para o primeiro semestre de 2013, de acordo com a Secretaria de Estado de Cultura.³⁸

³⁸ Disponível em (acesso em 02/10/11)

<http://oglobo.globo.com/rio/bairros/posts/2011/08/25/obras-do-mis-longo-do-fim-400931.asp>

A nova sede será à beira-mar em Copacabana, com o objetivo de, por meio da música, representar a identidade carioca.³⁹ O museu se propõe ponto de encontro dos cariocas e turistas brasileiros e internacionais, como afirmam Ana de Hollanda, atual Ministra da Cultura e ex-vice-presidente do Museu de Imagem e do Som do Rio de Janeiro e Rosa Maria Barboza de Araujo, atual presidente no artigo *MIS: um museu do século XXI* (2010):

O novo Museu da Imagem e do Som pretende se tornar o museu da identidade carioca, caracterizada pela produção artística da cidade. Será um museu de fato, além de um centro de memória, conservação e estudos já consagrado. Isso inclui a exibição do acervo de forma contemporânea – fazendo uso de novas mídias e da mais alta tecnologia – e interativa com a intenção de encantar seus visitantes. Recursos técnicos de vanguarda – condizentes com as atividades do museu – serão utilizados para que seu acervo seja apropriado por turistas, estudantes, professores e pelo público em geral. (HOLLANDA & ARAUJO in MAGALHÃES et al: 2010, 322)

Em 2008, quando o Governador Sérgio Cabral visitou o Museu do Futebol em São Paulo decidiu trazer o formato interativo para a nova sede do MIS e convidou a Fundação Roberto Marinho – igualmente responsável pelo museu paulista. Cabral escolheu o terreno em Copacabana para fortalecer o turismo cultural.⁴⁰ Em entrevista ao jornal O Globo, o governador resume a proposta do novo MIS e indica uma ligação com a contexto de eventos internacionais na cidade:

Será uma atração turística internacional, com uma marca importante do Rio, que é a cultura. O MIS é uma síntese dessa cidade. Em 2016, não mais governador, já me imagino sentado no último andar do museu, assistindo aos Jogos Olímpicos que estarão acontecendo em Copacabana.⁴¹

O museu será dividido em diferentes níveis. Em “O Espírito Carioca”, o humor será apresentado, com a irreverência, o carnaval, a rebeldia, as festas. No nível “Música” será traçado um panorama da história do Samba, o Choro e a Bossa Nova, com destaque para os cantores que fizeram história e seus instrumentos. No nível “Felizes trópicos” será apresentado o modo de vida carioca para exportação com

³⁹ Disponível em (acesso em 30/9/11)

<http://www.frm.org.br/main.jsp?lumPageId=FF8081811F27C555011F37254F73287F&lumS≡projeto&lumItemId=FF8080812B758CD4012BCF9A85D448B4>

⁴⁰ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

⁴¹ Disponível em (acesso em 02/10/11) <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2010/01/19/pedra-fundamental-do-novo-museu-da-imagem-do-som-lancada-em-copacabana-915560597.asp>

novelas, filmes e todo o acervo do Museu Carmen Miranda, hoje localizado no bairro do Flamengo. Em “É sul, é sal, é sol” a ênfase é na relação do urbano e da natureza. O nível “Noites Cariocas” mostra do sarau da Imperatriz aos bailes funks. O projeto museográfico é de Daniela Thomas e Felipe Tassara e o MIS conta com vários consultores de áreas artísticas diversas e três consultores *masters*: Sérgio Cabral (pai), Hermínio Bello de Carvalho e Jairo Severiano.

Em entrevista concedida para essa monografia, o curador da nova sede do MIS Hugo Sukman explica que prefere o termo “museu narrativo” para se referir ao MIS e quando indagado quanto as semelhanças com os demais museus interativos já feitos pela Fundação Roberto Marinho, compara com o Museu do Futebol, em São Paulo:

O Museu do Futebol é um trabalho do Leonel Kaz que mostra como o futebol faz parte da construção do Brasil. Este é o objetivo: como o Brasil se apropriou de um esporte que era inglês, que era branco e elitista e como ele transforma isso num esporte brasileiro, mestiço e popular e inventa o futebol arte, põe a criatividade. Como o Brasil faz isso com o futebol e como o futebol transforma o Brasil. Não e simplesmente o futebol em si.

Da mesma forma no MIS, eu pretendo mostrar que o Rio tem uma indústria cultural poderosa por causa da vivência da cidade, do tipo de população que veio para cá, das histórias do Rio, ter sido corte, capital, ter a natureza que tem, ser uma metrópole no meio da natureza. O Rio de Janeiro por ser Rio de Janeiro gerou um indústria cultural.⁴²

Tribos e momentos distintos da história do Rio de Janeiro estarão harmonizados no MIS, que procura representar o que é ser carioca numa junção de diversos gêneros musicais. Hugo Barreto, Secretário-Geral da Fundação Roberto Marinho, confirma a proposta em entrevista ao site Cultura.Rj – Oficial da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro – “Queremos que esse museu seja um reencontro com as raízes cariocas e com membros da comunidade cultural do Rio de todos os tempos”. A presidente da Fundação Museu da Imagem e do Som enfatiza que “O espaço não será estático e, sim, um lugar de experiências”⁴³.

De acordo com reportagem do site Cultura.Rj o MIS se transformará em um Museu Total, segundo os padrões da UNESCO, com o uso das mais modernas tecnologias expositivas e interativas, com o objetivo de traduzir seus diversos conteúdos e ampliar o número de usuários beneficiados. Destaca-se que de vanguarda

⁴² Entrevista concedida à autora em 6/10/2011. Veja anexo 1

⁴³ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://www.cultura.rj.gov.br/materias/museu-da-imagem-e-do-som-tera-nova-sede>

dos anos 1960, o MIS se tornará atração turística, como confirma Adriana Rattes, Secretária de Estado de Cultura do Rio de Janeiro:

Nessa nova sede vamos reconceitualizar o MIS, que se tornará um novo ponto turístico. O acervo, um dos mais importantes do Estado, por mostrar a História do Rio, vai deixar de ser somente preservado, para chegar ao público, tanto turistas, quanto cariocas, que saberão mais sobre cultura, música, carnaval. Esse será mais um símbolo do Rio de Janeiro⁴⁴

Entretanto, Sukman enfatiza que a interatividade escolhida não é para ter a tecnologia como fetiche, que tocar na tela pode acontecer ou não, mas que o importante é suscitar uma posição ativa do visitante.

A proposta do MIS é tornar aquele acervo vivo para as pessoas. Já se trata de um acervo digital, que se presta muito a isso, porque ele é música, filme, fotografia. É diferente de um museu de objetos em que essa relação com o suporte – audiovisual ou digital – tem que ser construída. No caso do MIS, é um museu que já tem esse formato. É quase natural que a gente opte por esse tipo de exposição (interativa).⁴⁵

O percurso narrativo e de interatividade ainda está em elaboração, tendo como referência o Museu da Sérvia⁴⁶, no qual você visita a exposição e ao passar um *tablet* em frente ao código da coroa do rei, você pode assistir a um vídeo da coroação do rei, por exemplo, ou ter mais informações. Sukman explica que o acervo do MIS já é muito grande, seria impossível de vê-lo inteiro em uma só visita, além disso o uso de realidade aumentada e hipertextos fará com que o conteúdo se divida em camadas, a serem exploradas ao gosto do visitante. O espaço trará um exposição de longa duração e pelo menos duas temporárias, uma tradicional no *mezzanino* e outra no *lobby* como exposição diária, uma surpresa na qual o acervo vai sempre rodar, com um conteúdo diferente a cada dia. Com esses trabalhos, busca-se aprimorar a experiência da visita ao museu e instigar que o visitante volte outras vezes. Sukman deixa claro que os recursos ainda estão em fase de definição, mas dá como exemplo a possibilidade de ao se passar em frente a uma foto da Rádio Nacional, se possa com a realidade aumentada, ouvir um programa inteiro que foi ao ar⁴⁷. A gerente de

⁴⁴ Disponível em (acesso em 30/9/11) <http://www.cultura.rj.gov.br/materias/museu-da-imagem-e-do-som-tera-nova-sede>

⁴⁵ Entrevista concedida à autora em 6/10/2011. Veja anexo 1

⁴⁶ Disponível em (acesso em 11/11/11) <http://www.realareal.com/augmented-reality-exhibition-king-peter-i-of-serbia-memorial-room>

⁴⁷ Entrevista concedida à autora em 6/10/2011. Veja anexo 1

projetos da FRM Larissa Graça, exemplifica também uma possibilidade de realidade aumentada que se expande do MIS para a cidade:

No MIS estamos falando da criação artística carioca, que é algo que extrapola muito as fronteiras do edifício. Então posso ter, por exemplo, um aplicativo instalado no meu Iphone, eu passo na Praça Mauá em frente à Pedra do Sal e ele me sinaliza a história do samba naquele lugar; depois eu passo na rua Nascimento Silva e o aplicativo indica que ali morou Tom Jobim, isso também é o museu. Temos a possibilidade de extrapolar fronteiras.⁴⁸

Outro tipo de interatividade que o MIS propõe que não está diretamente relacionada com tecnologia é um formato próximo a centro cultural, que procura envolver o público com uma variedade atrações que aproximam arte, história e entretenimento. A primeira é o cinema a céu aberto, que foi uma proposta dos arquitetos. O projeto previa basicamente um terraço onde a população em geral pudesse admirar a obra de Burle Marx no calçadão, que normalmente só poderia ser vista por alguém com apartamento na orla ou em hotel. O terraço com cinema e vista para praia fica disponível como espaço de convivência, trazendo uma imagem informal do museu ao invés de sacralizado. Outro espaço fundamental nessa proposta é levar uma exposição para dentro da boate do MIS. Sukman fala sobre a ideia e como funcionará:

A boate é um espaço museográfico. A boate é um espaço muito característico da vida de Copacabana, a vida noturna em geral. Achemos interessante criar um espaço museográfico que emulasse esse costume. Nessa boate, vamos contar a história da música na noite carioca. Por duas experiências, uma é a história da música mesmo na noite carioca, vai ser como um show de boate dos anos 60, que vai contar a história da música na noite desde o século XIX até hoje. E a outra experiência é um baile funk, onde vamos contar a história da cultura black no Rio, que é a outra característica da noite no rio, a noite dançante. Vamos contar essa história com música, projeções, nesse ambiente que é uma boate. E à noite, quando o museu não estiver funcionando, a ideia é que a boate funcione, como um espaço de lazer.⁴⁹

Todo esse conteúdo faz parte apenas do eixo expositivo do MIS, como uma vitrine com “pérolas” do acervo. Há também um eixo do Centro de Documentação, modernizado, com conteúdo digitalizado e reorganizado com acesso ao público pesquisador e o eixo Fábrica da Memória, que transforma a produção de memória em

⁴⁸ Entrevista concedida à autora em 19/10/2011. Veja anexo 2

⁴⁹ Entrevista concedida à autora em 6/10/2011. Veja anexo 1

espetáculo, produto cultural, de forma que o MIS abriga produção cultural e também gera, constrói seu próprio acervo.

A concepção arquitetônica propõe uma extensão do calçadão de Copacabana, dobrado e transformado em prédio. Assim como o MAR pretende abrir à noite e de madrugada para se adequar aos hábitos noturnos da Praça Mauá, o MIS também trará em sua estrutura espaços para atrair e integrar o público jovem, incluindo uma boate e um cinema/teatro de 300 lugares a céu aberto. Além desses espaços e das salas de exposição permanentes e temporárias, os 9,8 mil metros quadrados incluem pólo de pesquisa, salas administrativas, salas para atividades didáticas, loja, cafeteria, restaurante panorâmico, bar/terraço, piano-bar e um mirante no topo do edifício de sete pavimentos.

Museu Olímpico Brasileiro

Uma iniciativa do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), o Museu Olímpico Brasileiro ainda não tem projeto fechado, nem local de instalação, apenas uma proposta. Ainda não há informações oficiais no site da COB sobre o museu, apenas uma reportagem de julho de 2010⁵⁰ que relata uma visita técnica do Departamento Cultural da COB ao Museu Olímpico, em Lausanne, na Suíça, para planejar o carioca.

Em palestra no Rio Content Market em março de 2011, Christiane Paquelet, ex-atleta de natação, museóloga e no COB, diretora do Departamento de Educação e Cultura, membro do Conselho Executivo e da Rede de Museus Olímpicos, adiantou algumas informações sobre o conteúdo. A ideia seria construir o museu também na região portuária com interatividade. O conteúdo incluiria uma linha do tempo da história das olimpíadas, uma seção dos grandes atletas brasileiros, outra com as medidas em tamanho real dos saltos olímpicos, um espaço lúdico dos mascotes das olimpíadas e jogos educativos.

Em entrevista para essa monografia, as museólogas do Comitê Olímpico Brasileiro Christiane Paquelet e Nira Lima falam sobre o andamento do projeto e a escolha pela interatividade. O projeto estaria temporariamente parado para que o

⁵⁰ Disponível em (acesso em 02/10/11)
http://www.cob.org.br/noticias/noticias_interna.asp?id=15513

Departamento Cultural do COB se dedique para a elaboração da exposição itinerante do Museu Olímpico de Lausanne, que rodará ao menos cinco ou seis capitais brasileiros de 2012 a 2013 ou início de 2014. Nesse período o museu na Suíça estará fechado para uma grande reforma estrutural, aberto em 1993 e com última reforma em 2000. Essa exposição itinerante será um bom preparatório para o Museu Olímpico Brasileiro, que já é um projeto antigo, muito anterior ao Brasil ser escolhido como sede das Olimpíadas de 2016. Entretanto, agora com esse grande evento esportivo, a ideia é que o Museu Olímpico Brasileiro abra antes de 2016, mesmo que seja num espaço provisório.

O museu na realidade é um sonho, uma visão que o (Carlos) Nuzman sempre teve desde que ele assumiu o COB. É claro que você não começa um museu do nada, resolve criar de um dia para o outro. Nem é a vontade de Nuzman ter um museu de medalhas e troféus. Não queremos uma caixa de passado. Queremos ter o interativo porque o esporte é ação, é movimento. Então não adianta você chamar de museu de esporte um espaço de medalhas, troféu, papel que fica parado.⁵¹

Nira Lima aponta que ao fazerem uma pesquisa junto ao Instituto Brasileiro de Museus, constataram que o Brasil só tem o Museu do Futebol e museus de clubes, não há nenhum que conte a história do esporte, nos seus mais variados estilos. O Museu Olímpico Brasileiro viria suprir essa lacuna a gente na verdade visa preencher o espaço com esse nosso projeto. Christiane Paquelet explica porque o formato só poderia ser interativo:

Por exemplo, quando você entra no museu de belas artes, você vai ver um quadro, no máximo hoje em dia você pode ter interatividade para ver detalhes do quadro, mas o quadro continua parado na sua frente. Agora, você não vê um gol do Pelé, do Zico, de qualquer outro grande ídolo parado, não faz sentido. Acho que a mesma coisa é o museu olímpico, não faz sentido se você vê só os atletas estáticos, você precisar ver o salto com vara, um Michael Phelps ou mesmo o nosso Cielo, a expressão dos nossos atletas na largada, na chegada, no momento de uma bola que pegou.⁵²

A interatividade se presta não só para dinamizar o acervo no esporte, mas também para educar de forma lúdica. Uma das ideias de interatividade do primeiro projeto do Museu Olímpico Brasileiro seria ter um painel com todas as bolas dos esportes olímpicos, para que o visitante conhecesse a textura, dimensão, material. Ao

⁵¹ Entrevista concedida à autora em 8/11/2011. Veja anexo 3

⁵² Entrevista concedida à autora em 8/11/2011. Veja anexo 3

tocar em alguma das bolas, apareceria numa tela as características da bola, como peso, diâmetro e regras de um jogo virtual que começava logo em seguida. Outra ideia era uma mesa, semelhante à do Museu da Língua Portuguesa, onde ao se unir números diversos, se descobrisse a informação que aquilo é um recorde, ou o número de cestas que Oscar fez nos jogos olímpicos etc. Essas são apenas ilustrações, que já se alteram no projeto enquanto surgem novas tecnologias. Christiane Paquelet deixa claro que com os avanços da tecnologia têm grande impacto no projeto, mas afirma que não acha isso uma dificuldade “O projeto muda todo dia. Isso é um desafio, temos que ter a cabeça aberta para ver o que está chegando de tecnologia e o que vamos adequar para o que precisamos usar”.

As museólogas destacam que a criação de um museu requer muitas atividades e pesquisas anteriores. O Departamento Cultural do COB já vem desenvolvendo Olimpíadas Escolares, exposições itinerantes, atividades com escolas e comunidades, todas experiências que trazem um *know-how* para o desenvolvimento do Museu Olímpico Brasileiro. E igualmente um *feedback* do que encanta o público, como exposição de sucesso em Belém com tochas olímpicas. O Comitê Olímpico Internacional já aceita o COB como parte das redes de museus, por desenvolver intensas ações culturais, apenas não ter ainda uma sede.

A interatividade vem acompanhada também de conceito de museu como espaço relacional e atividades variadas, para alcançar o maior público possível. Christiane Paquelet acredita que esse é o melhor caminho para cativar mesmo o público que não frequentaria o Museu Olímpico Brasileiro apenas pelo esporte:

Temos um acervo de filmes, que pode atrair quem diz não gostar de esporte, mas que gosta de cinema, de Asterix a Coppola. Existe um filme que se chama *A Vision of eight*, no qual oito grandes cineastas, como Coppola o Kurosawa, mostram a visão deles sobre os jogos olímpicos. Este filme é uma obra de arte, esquece o esporte, o esporte é só o tema, para os caras trabalharem a sua visão, sobre o comportamento humano.

A idéia é transformar esse lugar em um *point* mesmo, seja para fazer compras, para experimentar o sensorial no esporte, para aprender, para assistir um bate papo com atleta, para ver um filme, um seminário, ler um livro, ir à biblioteca, etc.⁵³

O Museu Olímpico Brasileira trará a maior biblioteca sobre esporte no país. O acervo já detém 16 mil livros de esporte, incluindo a doação do acervo de João

⁵³ Entrevista concedida à autora em 8/11/2011. Veja anexo 3

Havelange e mais recentemente do jornalista Carlos Alberto Pinheiro, além de mais de 50 publicações próprias da COB e documentações históricas como as do Pan-Americano de 2007 e do processo de candidatura das Olimpíadas 2016.

4.3. A visão dos curadores e realizadores

Os problemas dos museus levantados ao longo do primeiro capítulo e as possibilidades e análise dos museus interativos no segundo são pertinentes para a compreensão do *boom* de museus interativos no Rio de Janeiro. É necessário ampliar a discussão teórica e trazer a visão dos curadores, idealizadores e realizadores dos museus interativos. Quatro entrevistas foram feitas especificamente para essa monografia, com o curador Hugo Sukman (Museu da Imagem e do Som), o curador Marcello Dantas (Museu da Língua Portuguesa, Catavento Cultural), as museólogas do Comitê Olímpico Brasileiro Christiane Paquelet e Nira Lima (Museu Olímpico Brasileiro) e a gerente de projetos da Fundação Roberto Marinho Larissa Torres Graça (Museu do Amanhã, Museu da Imagem e do Som e Museu da Arte do Rio). Esse item 4.3 reúne a visão dos entrevistados sobre temas-chaves e as transcrições na íntegra das entrevistas são disponibilizadas nos anexos.

Entre os entrevistados, é unânime a constatação que o *boom* de museus interativos no Rio de Janeiro só é possível graças ao contexto de visibilidade e investimento na cidade. Larissa Graça comenta o momento da Fundação Roberto Marinho, responsável por três dos quatro museus interativos abordados:

Achamos o momento, com certeza, muito favorável e é também a primeira vez que a Fundação faz três projetos desse porte ao mesmo tempo. Mas não podíamos perder esse momento. Veio o MIS, depois o Museu do Amanhã, a Pinacoteca/Museu de Arte do Rio, pensamos muito se deveríamos aceitar e percebemos que era o momento do Rio, se não fizéssemos agora, pode ser que a onda passasse; então precisávamos ter uma atenção forte no Rio de Janeiro. Estamos nessa missão enlouquecedora de fazer três projetos ao mesmo tempo, mas nós acreditamos nessa oportunidade.

O curador Hugo Sukman lembra que o histórico do MIS é ser vanguarda e agora, a nova sede, pode ser compreendida como uma metáfora desse Rio de Janeiro

que se renova. Para ele, o *boom* de museus interativos é reflexo dessa volta de interesse pela cidade, sendo a produção cultural que a caracteriza:

Creio que é a cidade se redescobindo. O Rio viveu trinta anos de decadência, de falta de vontade. E agora acho que essa coincidência é uma redescoberta do Rio de Janeiro. O MIS é quase uma metáfora desse momento, porque ele foi criado em 1965 para ser o Museu da Guanabara, o Rio estava tentando se redescobrir, o Rio deixava de ser capital e virava uma cidade e estado. A ideia do Governador Lacerda na época era que o MIS fosse o museu desse novo estado. E o que caracteriza o Rio de Janeiro? O Rio não é capital econômica, ele estava deixando de ser centro político. O Rio é então caracterizado pela produção cultural. O Rio é a sede da Rádio Globo e da Rádio Nacional. 80% do cinema brasileiro é feito no Rio. A maior parte da música brasileira é feita no Rio. E o Rio tem essa característica até hoje, mesmo sem ser centro econômico ou político.

Christiane Paquetalet classifica o *boom* de museus interativos no Rio de Janeiro como um movimento de vanguarda porque não são projetos que copiam outras capitais do Brasil ou do mundo, mas sim que têm sua marca registrada local. Já Marcello Dantas – reconhecido curador de museus interativas como o Museu da Língua Portuguesa, parte do Catavento Cultural, exposições como a Laurie Anderson I in U (CCBB), entre muitos outros – vê o *boom* de museus interativos na cidade não como vanguarda, mas sim como impulsionado pelo momento que a cidade vive.

Eu não diria que é o *boom* especificamente do Rio de Janeiro, mas do mundo. E não ter a ver especificamente com o fato de serem museus se tornando interativos. O que está acontecendo de fato é um processo de interpretação da sociedade como ela existe hoje. E a nossa sociedade já é a um século audiovisual. Posterior a isso veio uma coisa chamada era digital que mudou a forma de consumirmos comunicação e produzir comunicação; esses fenômenos são grandes demais para serem negligenciados dentro daquilo que é a esfera da cultura. A cultura se transforma e em geral os museus levam muito mais tempo para entrarem nesse processo, serem elaborados. O fato é que não dá para pensarmos hoje um modelo de instituição cultural que não leve isso em conta: as gerações que estão aí, o padrão de cultural que estamos produzindo e acima de tudo a linguagem para apresentar a cultura.

Isso não é um fenômeno do Rio ou do Brasil, é algo que já vem acontecendo ao redor do mundo há vinte anos. Na verdade o Rio que chegou tarde na história. O Museu da Língua Portuguesa que inaugurei em São Paulo foi em 2006.

No Rio é porque está renascendo, está muito aquecido pelos eventos esportivos e com todos esses desafios, também precisou ter instituições culturais à altura da vocação de protagonista que ele está colocando para si mesmo e acho que é por isso que isso está acontecendo (esse *boom*).

Marcello Dantas lembra que durante anos o museu teve como lema “por favor, não toque”, contraposto com a maior necessidade humana que é sermos tocados. Nisso surge e se justifica a escolha pela interatividade:

Quando o museu usa essa frase “não me toque” ele está criando um abismo da possibilidade de emocionar essa pessoa. Eu acho que o toque simbólico, não só interativo... Interatividade é uma coisa que vai muito além de apertar botões ou telas, interatividade é, acima de tudo, você entender que são pessoas se relacionando com pessoas, assim como a internet não é a ligação de múltiplos e múltiplos computadores, mas sim de múltiplas e múltiplas pessoas. A interatividade é colocar múltiplas e múltiplas pessoas juntas.

No mesmo sentido, Christiane Paquelet afirma que a interatividade se faz necessário porque é a linguagem das novas gerações, então precisa ser aplicada no museu:

Eu acho que hoje essa geração que está vindo aquilo que você não interage torna-se chato, é o tipo de lugar que ele vai com a escola e não volta, e não é isso que queremos. Queremos que ele saiba pesquisar do jeito dele, se ele quer por jogos olímpicos, se ele quer por esportes, por atleta, é a decisão dele, mas ele está ali buscando a informação, então eu acho que isto é o mais importante, para isso você usa toda essa tecnologia a seu favor, para levar a informação, para levar a divulgação daquilo que a criança quer.

A Fundação Roberto Marinho se apresenta com vocação para museus interativos, apesar de acreditar que há espaços para todos os formatos. Larissa Graça afirma que não querem substituir os tradicionais, mas que também discordam das críticas que alguns fazem de que o que fazem não é museu, já que acervos virtuais ou imateriais também são acervo. A gerente de projetos acrescenta crítica aos museus tradicionais:

Agora, nós (Fundação Roberto Marinho) achamos que há potencial para explorar, podemos ter um museu de arte ou história natural que você consiga tocar mais o visitante, promover mais interatividade. Acho também que alguns estão numa posição muito passiva e cada vez temos a interatividade presente no dia a dia. Tenho uma filha de um ano que mexe no *iphone*. Então você tem esse público que tem essa necessidade, como você transforma a experiência no museu?

Entretanto, os entrevistados fazem questão de enfatizar que o museu interativo não é um formato obrigatório ou único para os dias de hoje e nem vem para abolir os museus tradicionais. Nira Lima afirma que o ideal é o equilíbrio, de transitar tanto na exposição tradicional quanto interativa, que elas não são excludentes. Ela acredita que

se o museu está na sociedade, ele necessariamente acompanha o processo de mudança da realidade. “Sempre haverá a Mona Lisa no Museu do Louvre, mas eu acho que a cenografia e a tecnologia, elas vêm para agregar, não vem para dividir”. A museóloga lembra a polêmica no ano 2000 quanto à exposição de Bia Lessa com cenografia nas obras de Aleijadinho, que muito se discutiu no meio acadêmico e na sociedade em geral, a respeito das vantagens e problemas da iniciativa. Mas destaca que a exposição foi um sucesso de público, sendo o mais importante se abrir para novas possibilidades expositivas “E agora a discussão se repete em relação à tecnologia, que não vai tomar o lugar do objeto, mas vem agregar. Não dá para ficar de fora, temos que nos beneficiar dessa interatividade, rever os modos de exposição”. Christiane Paquelet concorda que há espaço e necessidade para diversos tipos de museus, mas aponta como atrativo no interativo o fato de que “As pessoas precisam deste entendimento, mas também elas querem o novo, o que está por vir, aonde ela pode mexer, aonde não é tão sacramentado, onde se pode tocar!”. Já Hugo Sukman destaca como grande diferencial entre o interativo e o tradicional a questão da narrativa:

O museu tradicional, sem nenhum demérito, faz um depósito de acervo, quando muito ele tem uma linha narrativa. No caso dos museus mais contemporâneos, as exposições são necessariamente narrativas, você quer contar uma história, quer fazer com que aquilo signifique. Então não é você pegar o acervo simplesmente e você mostrar. É contextualizar, é ser narrativo. É colocar um caminho para aquele acervo fazer sentido em conjunto, para que ele conte uma história. É esse o diferencial em relação aos museus tradicionais.

Marcello Dantas lembra uma questão mais básica de esgotamento de acervos que leva os novos museus a trabalharem com conteúdo imaterial tratando, por conseguinte, com interatividade e multimídia. Explica também o porquê do sucesso dos museus e exposições interativas, que passam a fazer sentido para as pessoas:

Há um esgotamento do modelo de Instituição Museu, mesmo porque você não consegue mais fazer um Museu do Louvre, hoje em dia, você não tem mais acervo para isso, você não tem mais acesso a essa informação. Foi-se o tempo em que era possível fazer aquilo, hoje se faz de outra forma e talvez tenhamos que lidar com o conteúdo imaterial fortemente... O museu precisa oferecer para você uma experiência que seja gratificante. É por isso que as exposições que fazemos que têm essa linguagem tem um apelo popular muito maior, porque aquilo faz sentido para as pessoas. Versus o que foi durante muito tempo a cultura baseada na coleção de objetos. Eu acho que na verdade os objetos não conseguem necessariamente traduzir a sociedade que temos hoje.

Hugo Sukman lembra que hoje o conteúdo dos museus pode ser acessado de diversas plataformas, mesmo do computador de casa. Ele explica então o que faz as pessoas mesmo assim irem ao museu e que tipo de experiência o MIS, em específico, pretende oferecer para atrair e fidelizar o público:

Daniela Thomas e Felipe Tassara estão fazendo a museografia e as experiências, em todas as salas, te agarram, te envolvem, é uma experiência emocional. Você pode ver um filme no seu celular, na tela do computador, na televisão, no cinema. Ir ao museu é como quem vai ao cinema, você vai ter aquela experiência, agora você pode acessar o conteúdo, ver o filme, em qualquer outro suporte. Você não precisa mais ir ao Louvre para ver os quadros de lá. Claro que é diferente nos museus de arte, porque nesse caso você vê o quadro pessoalmente, sua textura, algo que a tela do computador não te dá. No MIS é a mesma coisa. O objetivo da exposição é que você passeie pelo Rio de Janeiro, pelo tempo, pelo acervo, sempre de maneira narrativa. Essa é a graça: você está entrando nessa cidade pelo que para nós ela tem de mais importante, que é a sua produção cultural. Estamos partindo do pressuposto que você conhece tanto melhor o Rio quanto mais você conhece a sua produção cultural.

Marcello Dantas – que além de curador é também diretor de documentários e formado em Cinema e Televisão pela New York University – lembra que vivemos em uma cultura muito audiovisual e relaciona o cinema com a linguagem das exposições interativas ou imersivas:

Eu acho que o cinema é uma linguagem diferencial fundamental. Ele trabalha com várias coisas que temos que tratar na exposição: escala, narrativa, curva dramática, definição, imersão no espaço, a experiência coletiva. A razão de você ir a um museu hoje em dia é acima de tudo você vivenciar cultura também de forma coletiva. Essas coisas todas são fundamentais, você precisa delas. Você precisa de elementos diferentes de uma mesma cultura para que ela possa acontecer. Então você usa linguagem de cinema, interatividade, cenografia, todas essas coisas somadas no espaço do museu.

É unânime entre os entrevistados a conexão entre os museus interativos e a cibercultura, ou a cultura de nossos dias no uso intensivo e crescente de internet, *smartphones*, *tablets*. Sukman afirma que os novos hábitos têm que estar presentes também no museu, que ele deve acompanhar seu tempo, seu público:

Acho até antiquado falar em cibercultura porque na verdade é a cultura. Já somos assim. A minha filha de nove anos nasceu assim. Ela quer ouvir na hora. Quando entramos no túnel ela pega meu *iphone* e clica no aplicativo do rádio, ou no aplicativo do Google

para saber mais sobre quem está cantando. As pessoas são assim. Isso evidentemente vai ter que estar refletido no acervo.

Os constantes avanços da tecnologia se mostram um desafio na elaboração de museus interativos. Larissa Graça avalia as mudanças desde que o Museu da Língua Portuguesa foi inaugurado, em 2006, com um jogo em mesa interativo que para a época era uma novidade, ainda simples e experimental. Igualmente o Museu do Futebol, inaugurado em 2008, é mais contemplativo, audiovisual. Como então planejar um museu para ter a tecnologia e interatividade de ponta se ele só ficará pronto em dois anos? Para atender essa demanda, a Fundação Roberto Marinho procura especialistas no mercado da cultura cibernética atual:

Precisamos pensar o que vem depois do momento que estamos vivendo na tecnologia. Tivemos uma reunião muito importante duas semanas atrás com a equipe da Google, que está ajudando a gente a pensar em algumas coisas sobre a tecnologia. E eles falaram “olha, já que são projetos que vão ser lançados em 2013 e 2014, desapeguem-se do aplicativo, do *hardware* e pensem na plataforma, porque ela é o mais importante, onde você vai conseguir ligar com qualquer outra coisa que venha surgir e seja daqui a dois, três anos inovadora. Esse pulo tecnológico que tivemos nesses dois ou três anos teve um impacto muito grande no estudo dos museus.

Já Marcello Dantas não acredita que as constantes mudanças de tecnologia afetam o museu, porque o importante nele é construir uma linguagem de qualidade.

Se você ficar preso à última tendência de tecnologia apenas, você vai ser vítima disso eternamente. A tecnologia é muito efêmera. Agora se você entender que o que estamos fazendo não é um show de tecnologia, mas acima de tudo é uma percepção de como a máquina sensorial humana se relaciona com o mundo, isso não sei de voga. A linguagem que eu chamo de imersão total não caduca. A maneira de entendermos, consumirmos, pensarmos, a linguagem não vence com a tecnologia. Quando você faz algo que reúne arte, cultura, humanidade, sensorialidade, um sentimento lírico do espaço ela não vai caducar. Assim como não caducaram as grandes coisas que foram feitas na arte e na cultura ao longo dos anos. O Museu Guggenheim de Nova York não envelheceu. Na verdade ele envelhece muito bem. Quando você pega uma obra de arte que reunia ciência e cultura no renascimento, ela não envelhece nunca, ela está lá, é conhecimento. Se você fica baseado na tendência da semana, aí talvez você perca.

Larissa Graça menciona a possibilidade dos novos museus da Fundação Roberto Marinho disponibilizarem um conteúdo que o público possa levar em seus aplicativos para casa, ou acessar online:

Temos algumas ideias, que o visitante possa, o que não acontece no Museu do Futebol nem da Língua Portuguesa, levar parte dessa experiência para casa. Por exemplo, que no MIS ele possa selecionar o conteúdo que gostou e no final comprar esse conteúdo, ou baixar ou no próprio site ele poder ter acesso ao mesmo conteúdo do museu num outro tipo de experiência. Enxergamos hoje os projetos com a proposta de dar mais camadas de conteúdo para o visitante. O MIS é um projeto que tem bastante potencial para explorar isso porque já temos um acervo rico e que permite.

A questão das camadas do museu interativo é vista como fundamental por Marcello Dantas, porque dessa forma o conteúdo se torna decodificável para todo o tipo de público e permite uma estrutura que instigue cada uma a dar um passo a mais em seu conhecimento. Para ele, o museu se tornar um espetáculo não é um problema, contanto que ele transmita conhecimento numa linguagem atraente e palatável para todos os públicos, a fim de ampliar o acesso:

Eu acho que o museu precisa necessariamente existir em camadas. Você precisa atender as pessoas que têm a demanda do espetáculo sim. Existe isso e parte das pessoas vai para qualquer lugar de forma superficial e não podemos negligenciar esse público. Ou seja, existe uma superficialidade que precisa ser atendida e existe a necessidade de você criar uma curva onde a pessoa possa mergulhar, ir mais fundo no conteúdo. Ter as duas coisas é fundamental. Nem todo mundo vai ter a capacidade de entrar em alta densidade com o conteúdo. E tudo bem, as pessoas vão entrando aos poucos. Pode ser que algumas pessoas nunca entrem e faz parte da vida. Se o museu negligenciar as pessoas que vão ver o museu de forma superficial ele está atirando no próprio pé porque ele não está construindo platéia. Então é necessário que o museu tenha a capacidade de lidar com o estudante, com o executivo, com o desemprego, com a dona de casa. O museu é um fomentador de interesse, que faz com que você vá buscar esse conhecimento em outras fontes e depois você volte ao museu e reconheça essas fontes nele próprio.

Larissa Graça aponta que as camadas não são apenas de graus de dificuldade, mas também na escolha da preferência do visitante, o que facilita a familiarização dele com o conteúdo apresentado no museu:

Os novos museus não vão ser contemplativos. O visitante vai poder escolher e interagir muito mais com a seleção do conteúdo que ele quer saber... A plataforma tecnológica evoluiu. Os suportes têm mais possibilidade de armazenamento também. Por exemplo, numa tela tenho várias fotos, escolho um de guitarra, ela já tem um sistema de inteligência de associar todas as outras imagens que estão no banco de dados que têm relação com a que você escolheu, me traz fotos do Paul McCartney, do Jimi Hendrix, a própria

tecnologia já traz uma pré-seleção curatorial para o visitante de acordo com a temática que ele pré-selecionou. Isso é algo que não existia, é algo novo, é uma inteligência a mais que a tecnologia acaba trazendo, que permite que você tenha muito mais conteúdo. Eu seleciono música e você esporte, então você vai ter um experiência com essa tecnologia em torno daquele tema enquanto eu vou ter outra completamente diferente. Isso é muito novo, mas é muito baseado no conceito de interação e acesso.

Ao mesmo tempo a individualização do conteúdo no museu interativo não significa que o visitante só vai ver o que ele já gosta, mas sim que ele vai pesquisar o que quer descobrir, da forma dele, como aponta Christiane Paquelet:

Você tem a medalha propriamente dita, você tem a peça de uma competição, o vestuário de um atleta, você tem o pôster dos jogos, você tem um universo de peças que vão ajudar você a contar aquilo que você está querendo contar, a criança vai poder interagir e ver do jeito que ela quer. Por exemplo, se ela detesta futebol e adora Badminton ela vai escolher o que prefere. É o caso da Natalia Falavigna que quando viu uma competição de taekwondo ela disse assim: pára tudo! Não quero mais nada, eu quero isso. Porque não pode ter outra Natalia descobrindo um esporte sem ser em uma competição, mas no museu? A competição é um passo, mas eu acho que o museu também pode ser um passo para esta criança descobrir um novo universo.

Marcello Dantas confirma a importância da customização do conteúdo, que ele diz buscar em todos os seus projetos, cada vez de forma inédita, a fim de criar linguagens:

Você quer na realidade que os museus se tornem mais inteligentes, que os sistemas de museu aprendam quem é o usuário. Chegue mais perto dele e saibam se adaptar à intenção dessa pessoa diante daquele conteúdo. Isso é muito importante. O máximo que nós conseguirmos isso, quanto mais mutável e adaptável esse conteúdo conseguir ser, melhor.

Todos os entrevistados destacam a importância de equipes multidisciplinares para a construção de museus interativos, para enriquecer o conteúdo com diversos pontos de vista e conhecimentos. Marcello Dantas critica a linha de museólogos que se preocupam com demasiadamente com o acervo em detrimento da linguagem. Para ele, a linguagem é explicitamente a mais desafiadora questão no museu:

Se você está preso a preservar a peça e fazer disso o norte da sua vida, claramente você está colocando um atestado de que você não é capaz de pilotar esse avião no sentido de fazer a linguagem chegar do outro lado. Não consigo acreditar quando alguém fala que o cara gosta de limpar livro e não de ler livros. Ele trabalha na biblioteca porque ele gosta de limpar o livro. Ou você ama a literatura pelo

que ela tem na sua alma, você ama o museu por ser uma plataforma de educação fabulosa, ou você na realidade gosta de polir acervo. E se é isso, talvez você não esteja no lugar certo.

Os museus interativos tornam o acervo mais decodificável não somente por essa customização do conteúdo e nova proposta de linguagem, mas também por permitir no acervo sejam feitas conexões de conteúdo que não seriam feitas naturalmente. Hugo Sukman exemplifica conexões que serão feitas no Museu da Imagem e do Som:

Um museu que se pretende da cultura do Rio de Janeiro como é o MIS, precisamos juntar os pontos. Você precisa saber a relação na sala da rebeldia. Há uma relação entre o cinema novo e o teatro político dos anos 60. Então eu tenho que mostrar essa relação, eu tenho que editar esse conteúdo. Eu tenho que mostrar que o Zé Ketí, compositor, ele fez o samba do Rio 40 graus e ele estava no espetáculo “Opinião” dez anos depois. O samba, o compositor da Portela que escreve sobre aquele tipo de assunto, ele está num momento e no outro. É evidente que uma coisa está ligada a outra, mas eu tenho que mostrar, ter um artifício narrativo que as pessoas vejam isso. Hoje em dia o público comum pouco ouviu falar do Zé Ketí, talvez tenha ouvido falar das músicas dele. Saber como essa figura é típica do Rio de Janeiro, o sambista, o compositor, o acervo está no MIS. Saber como isso foi tão importante para o teatro brasileiro, para o cinema brasileiro. Ele participou de duas revoluções da cultura brasileira que não são da área dele, ele é compositor. Ele está lá no primeiro filme moderno brasileiro, na primeira peça política moderna do teatro brasileiro. Esse tipo de história você só conta num museu narrativo. Não adianta colocar um filme e uma peça, essa ligação não é feita.

Christiane Paquelet prevê igualmente o uso de conexões, dessa vez quanto à prática do esporte e as demais atividades correlacionadas, com intuito maior de educar, transmitir conhecimento:

Para levar a um nível de informação que as pessoas não param para pensar que estão ligadas vou pegar o exemplo que a gente sempre conversa, que é o exemplo da vela, todo mundo acha que o Robert Scheidt entra no barco e fica esperando o vento, o que não é bem assim, existe toda uma preocupação de ler mapas cartográficos, de ventos, de marés, tem toda uma coisa por trás do treinamento dele, da equipe que o faz com que ele aprenda a ler aquele vento de forma mais eficaz pra ele. Se você faz uma criança entender isso que entrar no barco não é só esperar e sair andando, ela vai levar isso de alguma maneira para alguma outra situação da vida dela.

A museóloga da COB relata igualmente o preparo para pesquisa e projeto educativo do Museu Olímpico Brasileiro que já vem sendo estudado com as Olimpíadas Escolares. Muitas delas têm disponibilizados alguns computadores com

internet, mas antes do jovem ou criança acessar sua rede social ou site de preferência, ela tem que responder algumas perguntas sobre um tema de esporte, como *doping*. Mesmo que o objetivo da criança no acesso ao computador não seja aprender sobre esporte, o sistema é feito para assegurar que não seja apenas lúdico, mas também educativo. O mesmo valeria no caso dos museus interativos, segundo a museóloga da COB, que afirma que o que quer é “que ela (a criança) ache que está só brincando, mas no fundo o aprendizado fica na cabeça, sempre fica. O ideal é que fique muito aprendizado e ela ache realmente que está só brincando, isto pra mim é o ideal”.

Hugo Sukman lembra que os museus interativos não trazem respostas e sim provocações, para transmitir conhecimento por meio da curiosidade instigada, do encantamento:

Acho que os museus de cultura, que é o caso do MIS, ou os museus de memória, museus de identidade, têm como caminho inevitável a narrativa, a emoção, para poderem fazer sentido.

Eles são museus de escola, são museus onde você está aprendendo. Eles não são contemplativos, eles estão te provocando. Então esses tipos de museus são muito usados em escolas. No MIS, teremos um projeto educativo semelhante ao Museu da Língua Portuguesa. Eles têm um projeto educativo super bem cuidado, para o aluno e professor poderem usar aquele conteúdo. A ideia é encantar.

Com semelhante linha de pensamento nesse aspecto, Marcello Dantas apresenta sua definição do que deve ser o espaço museológico, com a qual concordamos e encerramos essa monografia:

O museu é uma caixa de inspirações. E deveria ser uma plataforma para você querer mais. Eu quero continuar vendo isso, eu quero ler mais, saber mais. Essa porta de conhecimento, esse templo de musas, inspiração é o cerne de sua existência. O museu é o grande depositário e portal de entrada de um novo mundo.

5. Conclusão

Observar as significativas mudanças de linguagem no museu ao longo dos séculos leva a constatar a necessidade de se adaptar às expectativas e peculiaridades da sociedade de cada época. Os museus interativos se destacam como formato adequado às atuais demandas no Rio de Janeiro. Entretanto, não se pode ter uma visão romântica de que o formato seria perfeito; deve-se avaliar as desvantagens, estar aberto a novos formatos e buscar sempre melhorias.

Os questionamentos sobre os problemas de linguagem do museu levantados na primeira parte desse trabalho levam a compreender que o objeto exposto descontextualizado gera um hermetismo da mensagem e compreensão por uma minoria. Os teóricos e profissionais abordados indicam como solução uma exposição com informações complementares e que defina os possíveis códigos ou informações históricas que o público possa desconhecer. Nesse sentido, tanto as observações teóricas levantadas no capítulo sobre museus interativos quanto as entrevistas do último capítulo trazem a ideia de que as novas tecnologias auxiliam na construção de uma narrativa que contextualize o percurso do museu, assim como aplicativos para *tablets* e *smartphones* completam as informações da exposição de forma dinâmica, individualizada e sem poluição visual de informações.

O *boom* de museus interativos no Rio de Janeiro se mostra nitidamente ligado ao uso crescente e intensivo da internet e das novas tecnologias. Esses fenômenos desencadeiam uma nova relação com o saber e abrem portas para a exploração de novas possibilidades de linguagem.

A constituição do acervo em camadas se apresenta um elemento chave na democratização da cultura nos museus interativos. As camadas possibilitam que visitantes de diferentes origens, interesses, classes sociais, graus de instrução, possam customizar o conteúdo de acordo com suas necessidades e interesses. Isso significa que o acervo se torna mais facilmente decodificável e também mais atraente.

O ambiente interativo fortalece a postura relacional do museu. A aura sacralizada dos museus tradicionais é substituída pelo encantamento, a emoção, o espetáculo com conhecimento. Ao passo que o público se reaproxima do espaço, ele quebra a barreira que o separava do conteúdo exposto, construindo assim seu conhecimento.

O contexto econômico, social e político que o Rio de Janeiro vive se comprova determinante para o *boom* de museus interativos. O sucesso dos museus interativos construídos em São Paulo, Museu da Língua Portuguesa e Museu do Futebol, pela Fundação Roberto Marinho trazem otimismo em relação aos projetos cariocas, três deles a cargo da mesma fundação.

Repensar o museu em conjunto com os estudos da comunicação proporciona reflexões que podem dinamizar a relação do visitante com o acervo e viabilizar a democratização da cultura. Constata-se que a multidisciplinaridade é primordial na elaboração de museus mais completos, dinâmicos e para melhor difusão do conhecimento. Nesse sentido, iniciativas tais quais os Seminários Internacionais do Museu Histórico Nacional são vistas como fundamentais, podendo ser associadas a maior diálogo com o público em geral.

A postura dos museus – interativos ou não – em relação a outros museus e instituições merece da mesma forma ser revista. As entrevistas trouxeram valiosos comentários sobre a necessidade do museu fazer parcerias para atualizar seu acervo e atrair novos públicos de seus arredores. Quanto mais o museu dialoga com outras instâncias da sociedade, maiores são as possibilidades de aumentar seu público e enriquecer seu acervo.

A avaliação positiva dos museus interativos não significa que acreditamos que os museus tradicionais devam ser abolidos. Eles são fragmentos importantes da história e têm espaço dentro da diversidade de formatos que se propõe. Os museus interativos são apenas uma das possibilidades para a renovação dos museus.

Procuramos contribuir para o estudo de museus interativos e trazer materiais inéditos sobre os quatro museus em construção no Rio de Janeiro. Todos eles ainda estão em fase de elaboração, sujeitos a mudanças. Dessa forma, a pesquisa fica em aberto, merecendo um acompanhamento com novos trabalhos, com informações atualizadas, novas abordagens e uma avaliação quando os museus estiverem em funcionamento. Há questões que poderiam ser tratadas futuramente, como o estudo do hipertexto, realidade aumentada e novas mídias nos museus interativos.

Esse trabalho se propõe uma pequena contribuição para que a arte e a cultura cheguem a cada vez mais pessoas, os museus encham o mundo de inspiração e, com isso, a sociedade se torne mais harmônica, justa e solidária.

6. Bibliografia

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. Sergio Paulo Rouanet (trad.) São Paulo: Brasiliense, 1994.

BITTENCOURT, José Neves; GRANATO, Marcus; BENCHETRIT, Sarah Fassa (organizadores). *Museus, ciência e tecnologia: livro do seminário internacional*. Rio de Janeiro : Museu Histórico Nacional, 2007.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CARDOSO, Luiza Duarte. *Gestão nas Políticas Culturais para Museus: o sistema Frances de museus nacionais*. 2008. 42f. Monografia (Comunicação Social/Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

CASTRO, Ana Lúcia Siaines de. *O Museu do Sagrado ao Segredo*. Rio de Janeiro: Revan, 2009.

CAVALCANTI, Cecília C. B. *O conhecimento em exposição: Novas linguagens da comunicação como construção multidirecional de conhecimento e de percepção do mundo contemporâneo*. 2011. 197f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

CAVALCANTI, Glauce de Souza. *O museu em transformação: cultura e identidade*. 1997. 66 f. Monografia (Comunicação Social/Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

CHAGAS, Mário de Souza. *A imaginação museal: Museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro*. Rio de Janeiro: MC/IBRAM, 2009.

COHN, Sergio; SAVAZONI, Rodrigo (organizadores). *Cultura Digital.br*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

COUTO, André Luiz Jesus. *De museus a centros culturais: novas experiências acerca da produção e fruição cultural no Rio de Janeiro*. 2005. 65f. Monografia (Comunicação Social/ Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

DACOSTA, Lamartine; CORRÊA, Dirce; RIZZUTI, Elaine; VILLANO, Bernardo; MIRAGAYA, Ana (organizadores). *Legados de Megaeventos Esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

DELOCHE, Bernard. *Museologica: contradictions et logique du musées*. 10 ed. Rev. Cor. Mâcon, FR: Édition W./M.N.E.S., 1989.

LARA FILHO, Durval. *Museu: de espelho do mundo a espaço relacional*. 2006. 139f. Dissertação (Mestrado Ciência da Informação/ Cultura e Informação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*; tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 2010. 272 f.

MAGALHÃES, Aline M.; BEZERRA, Rafael Zamorano; BENCHETRIT, Sarah Fassa (organizadores). *Museus e Comunicação: Exposições como objeto de estudo*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010.

NEGRAPONTE, Nicholas. *A vida digital*. Tradução: Sérgio Tellaroli. Supervisão técnica: Ricardo Rangel. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PARENTE, André (organizador). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

PARENTE, André. *O virtual e o hipertextual*. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999. 112 p.

SODRÉ, Muniz. *Narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

Sites

Cidade Olímpica

<http://www.cidadeolimpica.com/>

Comitê Olímpico Brasileiro

<http://www.cob.org.br>

Cultura.rj – Portal da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro

<http://www.cultura.rj.gov.br>

DiCYT – Agencia de Notícias para a Difusão da Ciência e Tecnologia

<http://www.dicyt.com>

Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia

<http://www.faced.ufba.br>

Folha.com

<http://www.folha.uol.com.br/>

Fundação Roberto Marinho

<http://www.frm.org.br>

G1 – O portal de notícias da Globo

<http://g1.globo.com/>

Globo.com

<http://globo.com/>

OGlobo – Jornal OGlobo

<http://oglobo.globo.com>

Portal 2014

<http://www.copa2014.org.br>

Porto Maravilha

<http://www.portomaravilhario.com.br>

R7 – Portal da Rádio e Televisão Record

<http://www.r7.com/>

Revista Ponto Com

<http://www.revistapontocom.org.br/>

Revista Exame – Editora Abril

<http://exame.abril.com.br/>

Secretaria de Estado do Ambiente

<http://www.sea.proderj.rj.gov.br/>

Slideshare

<http://www.slideshare.net>

Sky Scraper City – Fórum

<http://www.skyscrapercity.com/>

Universidade Federal de Pernambuco

<http://www.ufpe.br/>

Wikipedia

<http://pt.wikipedia.org/>

Anexo 1

Entrevista com o curador do Museu da Imagem e do Som

Hugo Sukman

Dia 6 de outubro de 2011, às 15h, por telefone

Por que se optou pelo formato interativo no novo Museu da Imagem e do Som (MIS)?

Os três museus que estão em construção pela Fundação Roberto Marinho (FRM) na cidade têm essa ideia de interatividade de maneira muito profunda. Na verdade ele é interativo em todos os níveis, sobretudo na posição ativa do visitante. Não é só a tela interativa, pelo contrário, o MIS não tem a tecnologia como fetiche. Ele só é interativo na medida em que ele é um museu sobre a identidade carioca, um museu sobre a cultura do Rio de Janeiro, que forjou a cultura brasileira de certa forma. Então o visitante está indo se visitar.

No MIS, falamos de interatividade no sentido mais verdadeiro da palavra. A tal da interatividade que as telas buscam podem acontecer ou não. Não é uma regra.

O Governador (Sérgio Cabral) tinha desejo de revitalizar o MIS. Ao visitar o Museu do Futebol ele disse “poxa, eu queria que fizessem com a cultura brasileira que está no MIS o que foi feito com o futebol aqui”. A proposta do MIS é tornar aquele acervo vivo para as pessoas. Já se trata de um acervo digital, que se presta muito a isso, porque ele é música, filme, fotografia. É diferente de um museu de objetos em que essa relação com o suporte – audiovisual ou digital – tem que ser construída. No caso do MIS, é um museu que já tem esse formato. É quase natural que a gente opte por esse tipo de exposição (interativa).

Quais as semelhanças e diferenças do MIS em relação ao Museu do Futebol?

A única semelhança é que se trata de uma exposição narrativa e acho que na verdade é disso que se trata. O museu tradicional, sem nenhum demérito, faz um depósito de acervo, quando muito ele tem uma linha narrativa. No caso dos museus mais contemporâneos, as exposições são necessariamente narrativas, você quer contar uma história, quer fazer com que aquilo signifique. Por exemplo, um dos aspectos do MIS será o espírito carioca. O que é isso? Eu defini que serão o humor, rebeldia e a festa. Esses três elementos mostram como é o espírito carioca. A visão carioca é humorada, bem ou mal humorada. O Rio é uma cidade de rebeldia, cidade das grandes rupturas estéticas, das grandes passeatas, manifestações. Assim como o Rio é a cidade do carnaval, a grande festa. Através desses três elementos eu chego no espírito carioca e os três estão refletidos na produção cultural que está no MIS, no tipo de música, no tipo de cinema.

Então não é você pegar o acervo simplesmente e você mostrar. É contextualizar, é ser narrativo. É colocar um caminho para aquele acervo fazer sentido em conjunto, para que ele conte uma história. É esse o diferencial em relação aos museus tradicionais.

O Museu do Futebol é um trabalho do Leonel Kaz. Lá ele mostra como o futebol faz parte da construção do Brasil. Este é o objetivo: como o Brasil se apropriou de um esporte q era inglês, que e branco e elitista e como ele transforma isso num esporte brasileiro, mestiço e popular e inventa o futebol arte, põe a

criatividade. Como o Brasil faz isso com o futebol e como o futebol transforma o Brasil. Não é simplesmente o futebol em si.

Da mesma forma no MIS, eu pretendo mostrar que o Rio tem uma indústria cultural poderosa por causa da vivência da cidade, do tipo de população que veio para cá, das histórias do Rio, ter sido corte, capital, ter a natureza que tem, ser uma metrópole no meio da natureza. O Rio de Janeiro por ser Rio de Janeiro gerou um indústria cultural.

Logo não se trata de apenas exibir o acervo. Vão ter salas para isso, para você pesquisar, mas a ideia é construir algo que faça sentido, que as pessoas de hoje entendam isso.

O carioca vai se identificar mais facilmente com o acervo e narrativa do MIS. Como fica o turista estrangeiro nessa relação com a narrativa, já que o museu também se propõe ponto turístico?

Essa narrativa em princípio interessa a todos. Existe uma mecânica para todas as narrativas no museu. A expressão nasce na rua, nasce na vida. Isso é estilizado em formas de expressão artística. Essas expressões artísticas primeiro conquistam o Brasil - através do cinema, da tv, de discos, do rádio - e depois viram a própria imagem do Brasil no exterior. Todas as manifestações que o MIS guarda têm um pouco essa característica. Primeiro é a cidade se apropriando de sua própria expressão. Depois é essa expressão, através dos meios de comunicação, amalgamando o Brasil. O samba, por exemplo, é a música do Brasil, mas ela nasceu num lugar do Rio de Janeiro, com uma determinada população, que era a música desse grupo de pessoas. E o Brasil é o país do samba, lá fora.

Para o estrangeiro, a diferença pode ser nos níveis de percepção, tipos de visão. Quer dizer, todo mundo se interessa pelo samba, qualquer tipo de visitante. O carioca nasceu nesse ambiente então ele vai ter um tipo de relação com isso, emocional. O brasileiro tem um outro tipo de emoção, ele sabe que está vindo na terra do samba, ele conhece isso de uma determinada maneira. Ele próprio cultiva o samba no seu lugar. E o estrangeiro vai descobrir de onde veio essa música que ele admira, conhece.

Você falou de interatividade, mas acho que uma palavra chave para esse tipo de museu, e o MIS será o mais sofisticado nisso na cidade, é acessibilidade. Quando falo de acessibilidade não falo apenas para pessoas com necessidades especiais, idosos, cegos, isso tem, claro. Só que acessibilidade de conteúdo também. Estamos pensando a exposição para todo o tipo de público, inclusive o público estrangeiro.

De que maneira o formato interativo auxilia na decodificação da mensagem do museu para o grande público, traz esse convite para interagir com o acervo de música, fotografia do MIS?

Não acho que seja interatividade necessariamente, mas também. Hoje a interatividade está muito mais sofisticada do que há dois anos. Vamos começar a trabalhar no acervo do MIS com realidade aumentada, que está muito além da interatividade tradicional. O museu vai estar na nuvem o tempo todo. Alguns museus da Europa já estão fazendo isso, você vai ter aquele mesmo conteúdo contado num tablet ou no celular para crianças, por exemplo, ou dublado para estrangeiros. E sobretudo porque estamos falando de um museu de conteúdo digital. Hoje em dia não há muita diferença entre a experiência concreta do museu e a do conteúdo online.

Acho que a diferença da visita no museu é que no museu você será abraçado pelo conteúdo.

Daniela Thomas e Felipe Tassara estão fazendo a museografia e as experiências, em todas as salas, te agarram, te envolvem, é uma experiência emocional. Você pode ver um filme no seu celular, na tela do computador, na televisão, no cinema. Ir ao museu é como quem vai ao cinema, você vai ter aquela experiência, agora você pode acessar o conteúdo, ver o filme, em qualquer outro suporte. Você não precisa mais ir ao Louvre para ver os quadros de lá. Claro que é diferente nos museus de arte, porque nesse caso você vê o quadro pessoalmente, sua textura, algo que a tela do computador não te dá. No MIS é a mesma coisa. O objetivo da exposição é que você passeie pelo Rio de Janeiro, pelo tempo, pelo acervo, sempre de maneira narrativa. Essa é a graça: você está entrando nesse cidade pelo que para nós ela tem de mais importante, que é a sua produção cultural. Estamos partindo do pressuposto que você conhece tanto melhor o Rio quanto mais você conhece a sua produção cultural.

Quando você propõe essa narrativa, é uma escolha sua ou você acredita que é um caminho necessário para comunicar com o público de hoje em todos os museus, substituindo a exposição tradicional?

Acho que há espaço para as duas coisas. Acho que tem museus de arte e museus narrativos. Outro dia estava em Nova Iorque, fui ao Metropolitan, vi uma exposição tradicional de fotos de Nova York da primeira metade do século XX espetacular. Estava tendo uma outra de Picasso também maravilhosa, com recorte curatorial bem tradicional. Mas esses são museus de arte. Acho que os museus de cultural, que é o caso do MIS, ou os museus de memória, museus de identidade, têm como caminho inevitável a narrativa, a emoção, para poderem fazer sentido.

Eles são museus de escola, são museus onde você está aprendendo. Eles não são contemplativos, eles estão te provocando. Então esses tipos de museus são muito usados em escolas. No MIS, teremos um projeto educativo semelhante ao Museu da Língua Portuguesa, eles têm um projeto educativo super bem cuidado, para o aluno e professorarem poderem usar aquele conteúdo. A ideia é encantar.

O que é o MIS? O MIS é um acervo, ele é basicamente coleções que estão meio fechadas. O objetivo da exposição de um museu desse é você conquistar pelo encantamento o visitante para o acervo. O ideal é que ele veja um fragmento e se interesse pelo todo. E posteriormente vá para a sala de pesquisa, ou que leve isso para casa, para a escola. Você tem que conquistar ele pelo encantamento. As atrações são muitas no mundo de hoje e os acervos estão no youtube. Estamos indexando, digitalizando todo o acervo e estamos organizando isso em exposições encantadoras.

A contraposição de museus tradicionais e museus de aprendizagem com narrativa pode ser complicada já que os museus tradicionais também têm um conteúdo que exige certo grau de instrução para poder ser apreciado, como as obras de arte. Como você vê essa questão?

Não tendo a concordar com isso não. Não existe conteúdo difícil. Estamos fazendo o museu do Amanhã, que é um museu de ciência, aí sim você tem conteúdos complexos que você precisa traduzir, aí sim é um desafio. Deve ser um desafio para quem faz, não para quem vê. Não vejo nenhuma dificuldade de você ver Van Gogh, de você ver arte. A diferença é que você tem diferentes tipos de abordagem. Um quadro tem que ser visto, não há outro caminho. O que você vai fazer com ele? O

professor vai ter que sentar e destrinchar isso com você. Mas não tem muito o que fazer com um quadro.

Ao passo que um museu que se pretende da cultura do rio de janeiro como é o MIS, precisamos juntar os pontos. Você precisa saber a relação na sala da rebeldia. Há uma relação entre o cinema novo e o teatro político dos anos 60. Então eu tenho que mostrar essa relação, eu tenho que editar esse conteúdo. Eu tenho que mostrar que o Zé Ketí, compositor, ele fez o samba do rio 40 graus e ele estava no espetáculo “Opinião” dez anos depois. O samba, o compositor da Portela que escreve sobre aquele tipo de assunto, ele está num momento e no outro. É evidente que uma coisa está ligada a outra, mas eu tenho que mostrar, ter um artifício narrativo que as pessoas vejam isso. Hoje em dia o público comum pouco ouviu falar do Zé Ketí, talvez tenha ouvido falar das musicas dele. Saber como essa figura é típica do Rio de Janeiro, o sambista, o compositor, o acervo está no MIS. Saber como isso foi tão importante para o teatro brasileiro, para o cinema brasileiro. Ele participou de duas revoluções da cultura brasileira que não são da área dele, ele é compositor. Ele está lá no primeiro filme moderno brasileiro, na primeira peça política moderna do teatro brasileiro. Esse tipo de historia você só conta num museu narrativo. Não adianta colocar um filme e uma peça, essa ligação não é feita.

Ao passo que um quadro de Picasso é um quadro, tem que ser visto, tem que ser apreciado, é outra relação.

O novo MIS vai incluir em sua estrutura uma boate e um cinema ao céu aberto. Por que? Qual a proposta?

O cinema foi um presente do projeto arquitetônico. Uma das questões do projeto arquitetônico era franquear a vista da avenida Atlântica. Só você tendo um apartamento em Copa ou podendo ir num hotel você via a vista e a obra de Burle Marx, da calçada. Um dos objetivos do prédio do museu era que a população pudesse ver isso. Então os arquitetos criaram essa terraço que lembra um pouco o do Metropolitan sob o Central Park.

A boate é um espaço museográfico. A boate é um espaço muito característico da vida de Copacabana, a vida noturna em geral. Achamos interessante criar um espaço museográfico que emulasse esse costume. Nessa boate, vamos contar a história da noite carioca, da música na noite carioca. Por duas experiências, uma é a história da música mesmo na noite carioca, vai ser como um show de boate dos anos 60, que vai contar a história da música na noite desde o século XIX até hoje. E a outra experiência é um baile funk, onde vamos contar a história da cultura black no Rio, que é a outra característica da noite no rio, a noite dançante. Vamos contar essa história com música, projeções, nesse ambiente que é uma boate. E à noite, quando o museu não estiver funcionando, a ideia é que a boate funcione, como um espaço de lazer.

Como você relaciona esses museus da FRM com o momento de otimismo do Rio? Você acha que esses três museus seriam possíveis se não fosse a o contexto de Copa do mundo, Olimpíadas, pré-sal, UPPs, entre outros?

Creio que é a cidade se redescobindo. O Rio viveu 30 anos de decadência, de falta de vontade. E agora acho que essa coincidência é uma redescoberta do Rio de Janeiro. O MIS é quase uma metáfora desse momento, porque ele foi criado em 1965 para ser o Museu da Guanabara, o Rio estava tentando se redescobrir, o Rio deixava

de ser capital e virava uma cidade e estado. A idéia do Governador Lacerda na época era que o MIS fosse o museu desse novo estado. E o que caracteriza o Rio de Janeiro? O Rio não é capital econômica, ele estava deixando de ser centro político. O Rio é então caracterizado pela produção cultural. O Rio é a sede da rádio globo e da rádio nacional. 80% do cinema brasileiro é feito no Rio. A maior parte da música brasileira é feita no Rio. E o Rio tem essa característica até hoje, mesmo sem ser centro econômico ou político.

O fato do MIS estar sendo recuperado junto com essa recuperação da auto-estima da cidade, eu acho que tem tudo haver. A FRM está fazendo três museus: um museu de cultura, que é o MIS, um museu de arte que é o MAR e um Museu de ciência que é o museu do Amanhã. Temos então essas três âncoras para a redescoberta do Rio de Janeiro. E aí tem o Museu Olímpico, que tenta consolidar o Rio como um grande lugar de eventos esportivos, você tem outra dimensão que é o esporte. Isso tudo só é possível nesse contexto de interesse na cidade, o Rio teve um interesse em si mesmo e todo mundo se interessou pelo Rio. Acredito que os museus são reflexo e agentes dessa volta de interesse, essa transformação.

A exposição do MIS trará apenas um pedaço do grande acervo, como uma vitrine. Vocês planejam algum tipo de rotatividade da exibição ou o restante do acervo está disponível mais para pesquisadores?

Haverá dois espaços no mínimo de exposições temporárias, um tradicional no mezzanino, no térreo. No lobby haverá um espaço de exposições diárias, é uma surpresa que vai ter. O acervo vai estar sempre rodando. Não sou museólogo, mas hoje em dia você não fala mais de exposição permanente, mas de exposição de longa duração. Uma exposição que dura de oito a dez anos e depois tem uma renovação. No caso do MIS essa renovação pode se dar de forma muito mais interessante porque a narrativa usa exemplos de acervo. Esses exemplos podem mudar e a narrativa permanecer a mesma. Assim como por meio da realidade aumentada você partir da exposição e entrar no acervo, ver novos exemplos, através do código QR. Você pode abrir as possibilidades.

Como vai ser a realidade aumentada que vocês utilizarão?

Estamos definindo ainda, mas uma ideia ou exemplo seria passar em frente ao fragmento de um programa da Rádio Nacional e poder, com a realidade aumentada, ouvir o programa inteiro. Assim como eu vi um museu na Sérvia, um museu de objetos, que usa isso. Tem a coroa do rei tal, aquilo na parede tem um código, você vai ter um tablet na exposição, como se fosse um audio guide, e então você acessa, por exemplo, um filme sobre a vida daquele rei. Se você for criança aquilo pode ser em desenho animado, por exemplo. A exposição do MIS já vai ter muito conteúdo, já por ser como ela é. Ela é interativa nesse sentido, você pode escolher determinadas narrativas e não escolher outras. É um lugar para você voltar muitas vezes.

Você acha que esse uso do ipad, do interativo, da realidade aumentada e gosto por pesquisas imediatas é um reflexo da cibercultura, isso é um reflexo da geração Google, que lê sobre alguma coisa e imediatamente já digita no Google para ler mais vinte textos sobre aquilo?

Claro, exatamente. Acho até antiquado falar em cibercultura porque na verdade é a cultura. A gente é assim já. A minha filha de nove anos nasceu assim. Ela

quer ouvir na hora. Quando entramos no túnel ela pega meu iphone e clica no aplicativo do rádio, ou no aplicativo do Google para saber mais sobre quem está cantando. As pessoas são assim. Isso evidentemente vai ter que estar refletido no acervo.

Entretanto, é um processo muito complexo de liberação de direitos, tecnológico. Isso gera outros desafios para quem faz museu. A parte jurídica é outra coisa. Você não libera mais direitos para exibição no museu, você tem que liberar direitos para tudo, para várias mídias. É um reflexo claro e evidente da vida hoje.

Você tem observações sobre o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio (MAR)?

O MAR ainda está em construção também, é um museu mais próximo da ideia de museus tradicional.

Mas ele vai ter uma parte interativa sobre a historia do Rio de Janeiro, certo?

Ainda não está definido. Vai ter certamente uma narrativa sobre a iconografia carioca, sobre a arte no Rio de Janeiro, mas acho que vai ser mais tradicional do que se imagina. Ainda está muito embrionário, em pleno processo criativo.

E o Museu do Amanhã vai se assemelhar ao Museu da Língua Portuguesa, por tratarem de patrimônios imateriais?

O Museu do Amanhã é uma grande novidade. A grosso modo você tem dois tipos de museus de ciência no mundo: o museu de resquícios, como os museus de história natural. E os museus de experiência, com o Cosmocaixa em Barcelona, em São Paulo tem agora o Catavento. Nesse você vai experimentar a ciência. Ou o museu do passado, ou seja de resquícios, ou um museu do presente, de experiências.

O Museu do Amanhã tem uma inovação que ele é um museu de possibilidades, ele investiga as possibilidades de futuro. Ele trabalha a fronteira da filosofia e a ciência.

Anexo 2

Entrevista com a Gerente de Projetos da Fundação Roberto Marinho Larissa Graça

Dia 19 de outubro de 2011, às 9h30, na Fundação Roberto Marinho

Por que a interatividade foi escolhida nos três museus em construção pela Fundação Roberto Marinho (FRM)?

Quando falamos de interatividade, temos que tomar um pouco de cuidado porque o termo é muito utilizado e temos que saber o que queremos dizer quando falamos de interatividade. Quando estudamos a interatividade, consideramos três níveis, o primeiro chamamos *hand-on*, *minds-on* e *hearts-on*. Nós sempre trabalhamos a interatividade do visitante nesses três níveis, ele tem que interagir manualmente em alguns pontos, mas isso só não é suficiente. Aquele conteúdo tem que emocioná-lo e fazer sentido para o contexto de vida dele. Todos os Museus da Fundação Roberto Marinho procuram essa interatividade.

O que é muito bacana no Museu do Futebol é que ele não é considerado um museu de esporte, ele é um museu de história. A grande narrativa dele é usar o futebol como um elemento cultural que conta a história do Brasil, basicamente esse é o ponto de partida do Museu do Futebol. Hoje a gente já evoluiu para o quarto conceito de interatividade, que temos discutido muito aqui na Fundação, é uma coisa nova, que tem vindo de discussões muito recentes que temos tido. O quarto nível de interatividade é que essa interação seja até uma surpresa para o visitante, que ela aconteça de um movimento não voluntário do visitante. Então que o museu reaja a alguma coisa que o visitante não espera e aquilo cause uma surpresa, uma emoção, um encantamento no visitante. Tanto o Museu da Língua Portuguesa quanto o Museu do Futebol foram pioneiros nesse gênero no Brasil e agora, nos museus do Rio de Janeiro, estamos dando um passo um pouco maior na interatividade

O que muda? Qual é o passo maior?

Por incrível que pareça, o Museu do Futebol foi inaugurado em 2008 e de lá para cá a tecnologia mudou demais. A forma de se relacionar com o conteúdo se alterou. O Museu do Futebol é basicamente audiovisual, ele tem alguns pontos de jogos, mas ele é basicamente contemplativo, visualmente. O que os novos museus não vão ser. O visitante vai poder escolher e interagir muito mais com a seleção do conteúdo que ele quer saber. A gente tem algumas ideias, que o visitante possa, o que não acontece no Museu do Futebol nem da Língua Portuguesa, que o visitante possa levar parte dessa experiência para casa. Por exemplo, que no MIS ele possa selecionar o conteúdo que gostou e no final comprar esse conteúdo, ou baixar ou no próprio site ele poder ter acesso ao mesmo conteúdo do museu num outro tipo de experiência. Enxergamos hoje os projetos com a proposta de dar mais camadas de conteúdo para o visitante. O MIS é um projeto que tem bastante potencial para explorar isso porque já temos um acervo rico e que permite, e a curadoria tem essa ideia de fazer o MIS digital, que vai ser o mesmo conteúdo do museu online, com a diferença de que quando você vai visitar o museu, você entra no espaço e tem um tipo de vivência que no computador você não consegue ter. Mas o aprofundamento do conteúdo e o acesso à informação vai ser equivalente, tanto no espaço físico quanto no espaço virtual.

No Museu do Amanhã temos uma série de desafios. Primeiro porque é um conteúdo que tem que se renovar frequentemente, tem que se atualizar, logo

precisamos de muitas parcerias para manter esse tipo de conteúdo. Também queremos disponibilizar as informações de alguma forma para o visitante, mas ainda não sabemos como. Com certeza teremos algum tipo de aplicativo.

A questão, por exemplo, da interatividade, uma grande questão que a gente tem no museu do Futebol é língua, tradução e acessibilidade. São coisas muito importantes para o projeto e não encontrávamos uma plataforma adequada. Porque é difícil você fazer a tradução de um audiovisual que você não seleciona a língua, como na sala das copas. Todos os audiovisuais são em português e você tem um audioguia que explica um pouco o que é a sala e depois o texto do conteúdo audiovisual acaba não sendo traduzido. Para um visitante internacional, ele acaba perdendo bastante. Então hoje a possibilidade de usar plataformas como o iphone, ipad é muito mais fácil pois não polui a exposição. Porque vemos que visualmente, traduzir para três ou quatro línguas no vídeo ou na sala fica poluído demais a experiência e prejudica a visibilidade. Encontramos essa limitação. Hoje, com a tecnologia, ela já permita escolhermos a língua que queremos visitar o museu, você põe um filtro e assiste o vídeo com a legenda que quiser.

Então o boom de iphone, ipad, smartphones que desencadeia essa escolha pela interatividade?

Sim, não só esses. A plataforma tecnológica evoluiu, isso transcende. Temos hoje tela e mesas *touch screen*, por exemplos, recursos que há três anos atrás não estavam disponíveis. O Museu da Língua Portuguesa tem uma mesa interativa, mas ela foi muito experimental, teve que ser desenvolvida e é simples. Hoje temos recursos muito mais avançados. Esse suportes tem mais possibilidade de armazenamento também. Por exemplo, numa tela tenho várias fotos, escolho um de guitarra, ela já tem um sistema de inteligência de associar todas as outras imagens que estão no banco de dados que têm relação com a que você escolheu, me traz fotos do Paul McCartney, do Jimi Hendrix, a própria tecnologia já traz uma pré-seleção curatorial para o visitante de acordo com a temática que ele pré-selecionou. Isso é algo que não existia, é algo novo, é uma inteligência a mais que a tecnologia acaba trazendo, que permite que você tenha muito mais conteúdo. Eu seleciono música e você esporte, então você vai ter um experiência com essa tecnologia em torno daquele tema enquanto eu vou ter outra completamente diferente. Isso é muito novo, mas é muito baseado no conceito de interação e acesso.

Como o projeto é para 2013, 2014, precisamos pensar o que vem depois do momento que estamos vivendo na tecnologia. Tivemos uma reunião muito importante duas semanas atrás com a equipe da Google, que está ajudando a gente a pensar em algumas coisas sobre a tecnologia. E eles falaram “olha, já que são projetos que vão ser lançados em 2013 e 2014, desapeguem-se do aplicativo, do hardware e pensem na plataforma, porque ela é o mais importante, onde você vai conseguir ligar com qualquer outra coisa que venha surgir e seja daqui a dois, três anos inovadora. esse pulo tecnológico que tivemos nesses dois ou três anos teve um impacto muito grande no estudo dos museus.

Você tem um artigo sobre acessibilidade para portadores de necessidades especiais. O que me interessa muito é como a entrada dessas tecnologias para no museu auxiliam e transformam a mediação cultural, os formatos de educação levando em consideração a heterogeneidade do público, de diferentes classes sociais, graus de instrução. Em que medida vocês acreditam que essa tecnologia vai ajudar o museu a ter sua mensagem decodificada por um público maior?

A acessibilidade é um bandeira muito forte da Fundação Roberto Marinho desde que começamos, no Museu da Língua Portuguesa. Em 2004-2005 a acessibilidade física ainda era um movimento que estava se consolidando. Hoje é básico, você não pensa mais arquitetura sem pensar acessibilidade física. No Museu do Futebol tivemos um passo importante que foi a acessibilidade do conteúdo, construímos alguns objetos especificamente para o público com deficiência. Foi o primeiro museu no Brasil com um programa realmente completo e consolidado para esse tipo de público. Temos maquete tátil, catálogo em braile, catálogo em libras, com a linguagem facilitada para público com deficiências mentais, catálogos com letras maiores. Porque, na verdade, o número de cegos é muito menor do que o número de pessoas com dificuldade de visão, são tratamentos diferentes que temos que fazer. A questão do piso tátil percorrendo a experiência e que direcione para esses locais na sala com experiências para ele, que ele pode tocar, manipular. Por exemplo, as baianas da sala das copas, depois eu tenho um maquete na sala que o visitante pode tocar e o cego entende como é o formato daquela sala. Esse primeiro movimento de acessibilidade do Museu do Futebol foi muito bacana e temos muito orgulho disso e desde então nós não pensamos mais em projetos sem pensar em acessibilidade, já é um pré-requisito para o nosso projeto

A cada projeto procuramos agregar algum valor. Então agora no Rio de Janeiro é a questão da sustentabilidade. Todos os projetos na cidade terão certificados, dois já estão com o certificação Gold do Leed.

A questão da acessibilidade é presente mesmo quando se fala de tradução. Acessibilidade é você entregar o conteúdo da forma correta para o que cada visitante têm para perceber. Então, por exemplo, um visitante internacional eu tenho que entregar na língua que ele entende; o visitante cego eu tenho que entregar conteúdo táteis que ele possa interagir e ter a percepção;

No Museu do Futebol eu tenho o audio guia, para inglês e espanhol, e tenho audiodescrição, que é toda uma narração do percurso muito diferente. A gente tende a achar que o audioguia seria igual para o público cego e para o público que vê, as não é porque o cego necessita que narremos as coisas que ele não vê; que a pessoa que vê as vezes nem percebe. No audioguia tem “agora você vai passar por uma porta de vidro que vai se abrir automaticamente, você vai cruzar uma passarela que dá vista para uma praça” e quem vê não precisa dessa informação, não precisa fazer parte do texto.

Com os tablets e smartphones se torna cada vez menos necessário termos os equipamentos exclusivos de audioguia, porque esse equipamentos podem ser utilizados para todos os fins. Claro que não podemos supor que todo brasileiro vai ter um smartphone em dois anos, mas a diferença é que posso ter esse equipamento disponível no museu para todo tipo de público, com várias funções, todos os aplicativos que tem no museu, como a audiodescrição, audioguia, informações e experiências complementares, aprofundamento de conteúdo. Cada público tem uma necessidade então, por exemplo, o público infantil posso ter um aplicativo que trabalhe aquele conteúdo numa linguagem mais compreensível para as crianças, talvez mais lúdica. Ou talvez um aplicativo para o cientista, porque ele precisa de muito mais informação, ele quer muito mais detalhes do que o público em geral. Isso tudo para mim é acessibilidade.

No MIS estamos falando da criação artística carioca, que é algo que extrapola muito as fronteiras do edificio. Então por exemplo, tem um aplicativo instalado no meu iphone, eu passo na Praça Mauá em frente à Pedra do Sal e ele me sinaliza que ali nasceu o samba; depois eu passo na Nascimento Silva e o aplicativo indica que ali

morou Tom Jobim, isso também é o museu. Temos a possibilidade de extrapolar fronteiras.

O Museu Sérgio é uma referência para nós. É difícil você fazer isso com um museu de acervo. Você passa o seu telefone em frente ao acervo e você vê aquela coroa na cabeça do rei, com um vídeo sobre a história dele. Isso tudo para nós também é muito novo, estamos fazendo parcerias para testar as potencialidades

O que me interessa em especial é o Museu de Arte do Rio (MAR). Porque o Museu do Amanhã é um museu de ciência, um museu de possibilidades; o Museu da Imagem e do Som traz música, cinema, fotografia. Fico curiosa quanto à acessibilidade do MAR, já que os museus de arte da cidade são, em sua maioria, mais tradicionais acabam se restringindo ao público amante da arte, um nicho – com exceção das visitas escolares. Alguns centros culturais acabam recebendo um público maior, com o CCBB, por sua diversidade de atrações e preços acessíveis. No caso do MAR, que terá coleções, como ele será trabalhado para atrair um público maior e não apenas o nicho? Esse público que não entende de arte, nunca estudou, acha um quadro bonito, mas com uma leitura muito superficial da obra, em que medida essas novas tecnologias podem ajudá-los numa melhor leitura?

O MAR ainda está com acervo em definição, mas acho que nosso grande diferencial é que além de museu ele é também uma escola. Ele tem dois prédios, o palacete, onde ficará a exposição, e o prédio ao lado que será uma escola enorme do “olhar”. A escola terá atividades para o público espontâneo, cursos livres, mas ela será muito mais voltada para a arte educação. O público que será muito trabalhado será o de professores da rede pública municipal. Esse professores serão tirados de sala de aula, daremos uma oportunidade de eles irem para a escola do olhar, trabalharem conceitos de percepção. A nossa tese é que você não olha só com os olhos, você enxerga com os cinco sentido. Estimular os professores a trabalhar a questão da percepção, para eles atuarem dentro de sala de aula de uma forma diferente. Nós acreditamos que essa mobilização do professor da rede pública e eles levando esse conhecimento para os seus alunos, isso pode ser um movimento muito importante. E usando o palacete, o museu, como um laboratório experimental. Não só o palacete, como a própria cidade, o próprio bairro dos visitantes. A maneira como você percebe a sua cidade, percebe a arte pode ser muito mais do que uma simples experiência visual, ela pode ser sensorial. O MAR ele é esse complexo, o museu mais a escola. Por mais que tenhamos atividades educativas em outros museus, elas não são o pilar sustentador do museu como no MAR. Na verdade a escola do “olhar” é a que sustenta o museu também. Creio que há com isso uma possibilidade de abranger mais público. E apesar de ser um museu de acervo, vamos tender a trabalhar também um pouco de interatividade. Ainda não temos definido como trabalharemos isso, mas acreditamos que pode ser de uma forma mais interativa. A própria seleção curatorial por ser mais ousada permite você fazer conexões que não são evidentes. Acreditamos que no caso do MAR a escola é o grande diferencial do projeto.

Como a FRM vê esse três museus no contexto que o Rio de Janeiro está vivendo, de Copa do Mundo, Olimpíadas, pré-sal, UPPs. Esse projetos já existiam antes disso tudo acontecer? Por acaso existiam na gaveta e só puderam sair graças a esse momento da cidade, com mais recursos, visibilidade, investimentos?

O Museu do Amanhã foi uma ideia que surgiu na Fundação em 2007, foi anterior. Nessa época surgiu a ideia, ainda estávamos trabalhando o conceito do museu. Em 2008 assinamos um convênio com docas para explorarmos ali dois armazéns. Foi antes dos dois grandes eventos esportivos serem anunciados, da atual gestão de governo, do Rio ganhar essa visibilidade. Na verdade quando fizemos o Museu da Língua Portuguesa em São Paulo fomos os últimos a entrar no processo de revitalização no bairro da Luz, então foi mais fácil, porque era um espaço que já tinha passado por uma transformação, já tinha a Pinacoteca, a Sala São Paulo. Sempre tivemos a intuição que a área do porto no Rio precisava de uma atenção há muito tempo. A FRM quando pensou em colocar o Museu do Amanhã nesses galpões, ela estava pretendendo ser, de certa forma, uma pioneira em pensar aquele espaço. Quando a nova gestão da Prefeitura veio com essa ideia forte de revitalização do porto calhou muito com o que a FRM já estava desenvolvendo. Então a Prefeitura virou a grande patrocinadora do projeto, compraram a ideia e decidiram que o Museu do Amanhã deveria ter mais visibilidade porque tinha o potencial de ser uma âncora do Porto Maravilha, e passamos para o Pier Mauá. Foi uma ideia que nasceu aqui e com esse momento do Rio acabou expandindo, tomou uma dimensão diferente do que estávamos prevendo inicialmente.

O Museu de Arte do Rio foi uma ideia diferente, foi uma ideia da Prefeitura, que queria fazer a princípio uma Pinacoteca. Eles procuraram a FRM para fazer a Pinacoteca do Rio de Janeiro e aceitamos fazer o projeto. Aos poucos a ideia foi se aprimorando, víamos mais potencial que uma pinacoteca. Depois com uma parceria e negociação entre a FRM, o Governo do Estado e a Prefeitura conseguimos o prédio ao lado, então trabalhamos a ideia da escola do olhar, argumentando pela questão do espaço e do programa.

Quando inaugurou o Museu do Futebol em São Paulo o Sérgio Cabral visitou e disse “é isso que eu quero fazer com o MIS no Rio de Janeiro”, até porque ele tem um envolvimento pessoal com o MIS pelos pais dele. Então o Governador chamou a FRM para pensar um novo MIS, já com a ideia de levá-lo para Copacabana no lugar da boate Help, para incentivar o turismo cultural do bairro.

Então os projetos, cada um surge de um jeito. O MIS ele apesar de ser um museu que já existe, está se transformando muito. Trabalhamos em três níveis, o da pesquisa – que será aprimorada com conteúdo digitalizado – a dimensão da narrativa – realmente disponibilizar o que há de mais importante no acervo para o grande público – e a terceira vocação que é ser uma fábrica cultural, um museu que produz constantemente o seu acervo. Que o MIS seja a casa que abrigue essa produção, mas que o que ele produz vire também seu acervo, ser um museu do presente.

Em 2008 fizemos para o MIS uma pesquisa, o concurso de arquitetura, porque era um pré-requisito desse projeto ser um ícone arquitetônico. Do movimento modernista para cá, víamos pouca qualidade arquitetônica na cidade. Fizemos pela primeira vez um concurso arquitetônico e nos surpreendemos muito com o interesse dos arquitetos internacionais pelo Brasil, mesmo antes de toda essa visibilidade da cidade. Fomos aos grandes escritórios internacionais até com certa timidez e quando fomos vendo a manifestação e o interesse deles pelo projeto, pelo Brasil, ficamos surpresos com a vontade deles de ganhar o projeto. Tivemos concorrendo o Shigeru Ban, o Daniel Libeskind e a Dilles Scofidio que acabou sendo a vencedora. Foi interessante esse interesse dos arquitetos internacionais que hoje pedem “por favor” para fazerem projetos no Brasil. Recebemos frequentemente mensagens demonstrando interesse por oportunidade no Brasil.

Achamos o momento, com certeza, muito favorável e é também a primeira vez que a Fundação faz três projetos desse porte ao mesmo tempo. Mas não podíamos perder esse momento. Veio o MIS, depois o Museu do Amanhã, a Pinacoteca, pensamos muito se deveríamos aceitar e percebemos que era o momento do Rio, se não fizessemos agora, pode ser que a onda passasse então precisávamos ter uma atenção forte no Rio de Janeiro. Estamos nessa missão enlouquecedora de fazer três projetos ao mesmo tempo, mas nós acreditamos nessa oportunidade.

Falamos da linguagem do espaço físico, também do conteúdo, mas qual é a imagem que esses museus querem passar para o público? Já há a questão da sustentabilidade e também a informalidade com boate no MIS e horários noturnos no MAR para os hábitos da Praça Mauá, então vocês estão procurando construir essa imagem do museu que não seja nem só escola, nem tradicional, quase que um museu com espírito carioca, mais informal. Como vocês estão se articulando nesse sentido?

O MIS vai ter uma vida noturna muito ativa, ele tem cinema ao ar livre, a boate. O próprio Louvre, que era o museu mais conservador do mundo, hoje ele abre aos sábados até meia noite para o público jovem, que termina com show. Isso é uma tendência hoje mundial. Os museus têm uma restrição de horários que não permite que muitas pessoas os visitem depois do trabalho porque já está fechado. Estender o horário em algum dia da semana é um passo importante.

Além disso, a FRM acredita em relações de parceria, para cada museu estamos construindo um rede de relacionamentos. O Museu do Amanhã tem que conversar com outros museus de ciência, porque um museu de ciência sozinho não faz nada, até por questões operacionais. Produzir uma exposição de museu de ciência é muito caro e precisa ter exposições temporárias., que se renovam. Fazer parcerias com outros museus de ciências para permitir essa troca é muito importante. E temos no Museu do Amanhã o Observatório do Amanhã, que vai ser um centro de referência sobre os sinais vitais do planeta, para que a gente consiga atualizar a exposição e também para essa massa científica a gente precisa construir relações com quem está produzindo esse conhecimento. Na verdade o Observatório é quase um hub que liga tudo isso. Hoje não conseguimos pensar nenhum projeto isolado e autônomo, as conexões e a rede estão presentes. No MIS também precisamos de engajamento com a comunidade, para cada museu conversar com seus pares e seu público. O Museu do Amanhã e o MAR estão ao lado do receptivo de cruzeiros, como vou atender esse público enorme que chega no porto anualmente, mas que não tem talvez um tempo de visita ideal para um museu? Que experiência eu posso oferecer para esse visitante, para que o Museu do Amanhã e MAR também seja um atrativo para ele? Ele dá um volta de meia hora ou vai ao restaurante do museu. Estamos construindo os projetos nesse plano de comunicação e mapeando todos os diferentes públicos que temos que atendê-los.

A escolha da FRM por museu interativos significa que consideram que o formato de museus tradicionais está defasado, tem que ser revisto ou substituído?

Acreditamos que há espaço para todos os formatos, mas a nossa vocação é essa. Não achamos que o formato que usamos substitui os museus tradicionais de arte, história natural, não, de forma alguma. Mas também discordamos de quem fala que o que a gente faz não é museu, porque acervo virtual também é acervo. Agora, nós achamos que há potencial para explorar, podemos ter um museu de arte ou história natural que você consiga tocar mais o visitante, promover mais interatividade. Acho

também que alguns estão numa posição muito passiva e cada vez temos a interatividade presente no dia a dia, tenho uma filha de um ano que mexe no iphone. Então você tem esse público que tem essa necessidade, como você transforma a experiência no museu?

Fiquei muito interessada nessa ligação com o Google na consultoria. Em que medida vocês veem que esses novos formatos de museus estão ligados com a internet, da cibercultura, dos aplicativos? Os novos museus interativos são um reflexo ou continuação disso?

Esse novos museus estão totalmente ligados com essa nova cultura. Sim, eles são reflexo disso. Na verdade o prédio é onde você vai ter a experiência física, mas o museu está na cidade, na internet, no telefone. Hoje a gente consegue enxergar o museu extrapolando muito os limites do prédio.

Agora a diferença é que a internet sempre tem o diálogo, a possibilidade de o internauta deixar sua opinião, interferir no conteúdo. Vocês pensam nisso de alguma forma nos museu para que o visitante possa não apenas tocar a tela do aplicativo, mas que ela possa dizer algo também?

Sim, no Museu do Amanhã o visitante terá um espaço para dizer o que é o Amanhã para ele, qual o compromisso dele para o amanhã. Para que ele possa deixar a marca dele e talvez possa se reconhecer quando voltar ao museu, que ele possa dizer se ele fez aquilo, se mantém aquele ponto de vista. Ainda não temos as experiências desenhadas, mas sabemos que é importante o visitante deixar a sua marca.

Anexo 3

Entrevista com museólogas do Comitê Olímpico Brasileiro (COB) Christiane Paquelet e Nira Lima

Dia 8 de novembro de 2011, às 10h, no Comitê Olímpico Brasileiro

Em que fase está o projeto, para quando está previsto?

Christiane Paquelet (CP): Tivemos agora que dar prioridade a um outro projeto. O Museu do COI, que é toda a referência que temos dentro desse universo, porque a pesquisa de lá está muito mais adiantada, teve muito mais subsídios, além de estar aberto desde 1993. Esse museu fecha em janeiro de 2012 para uma grande reforma. Eu estava numa reunião quando eles comunicaram que o museu deve ficar fechado por dois anos, porque é uma obra arquitetônica, para mudar radicalmente o conceito do espaço interno e não apenas a exposição. Então eu sugeri que eles viessem para o Brasil, já que ficarão fechados por dois anos. E eles gostaram da ideia e estão vindo. Por isso, tivemos que parar um pouco o nosso Museu Olímpico Brasileiro porque a ideia é trazer o deles e fazer uma exposição prévia e rodar o país, não ficar só no Rio de Janeiro. A ideia é levarmos para pelo menos cinco ou seis grandes capitais, porque a ideia é que essa exposição fique por um ano, um ano e meio.

Começaria pouco antes de 2016?

CP: não, começa no ano que vem. Então precisamos parar agora o que estávamos fazendo e mirar nessa produção de trazer a exposição. Ou seja, fechar com os museus, espaços expositivos, agenda, o programa educativo. Quando isso já estiver encaminhado, podemos retomar o projeto do Museu Olímpico Brasileiro. A ideia é estar com o museu aberto antes de 2016, mesmo que tenhamos que fazer um provisório, para depois ir para um espaço expositivo.

Qual seria o período dessa exposição?

CP: De 2012 a 2013 ou início de 2014.

O Museu Olímpico Brasileiro é um projeto anterior ao anúncio das Olimpíadas no Brasil?

CP: Sim, o museu na realidade é um sonho, uma visão que o (Carlos) Nuzman sempre teve desde que ele assumiu o COB. É claro que você não começa um museu do nada, resolve criar de um dia para o outro. Nem é a vontade de Nuzman ter um museu de medalhas e troféus. Não queremos uma caixa de passado. Queremos ter o interativo porque o esporte é ação, é movimento. Então não adianta você chamar de museu um espaço de medalhas, troféu, papel que fica parado.

O Museu Olímpico na Suíça é interativo também?

CP: Sim, mas ele vai ficar muito mais interativo. Ele hoje já tem uma interatividade grande, mas a última vez que eles fizeram uma mudança foi em 2000 e a tecnologia de lá para cá já mudou muito e dez anos já é uma exposição “velha”, ainda mais no esporte, que você tem a cada quatro anos – no caso deles a cada dois anos porque o peso que eles têm que dar para o verão e inverno é o mesmo – então a cada dois anos

eles têm um material enorme entrando de imagem, objetos. O Museu Olímpico na Suíça está no momento de mudança radical, com previsão de reabertura em 2014.

Tem previsão para início de obras do Museu Olímpico Brasileiro?

CP: Não, porque vai depender da exposição itinerante primeiro. Quando apresentei o projeto no Rio Content Market, tínhamos um conversa com a prefeitura para irmos para a área portuária. Só que a área portuária hoje é uma grande canteiro de obras. E vai ficar como um grande canteiro de obras provavelmente até 2015. Então isto é uma decisão estratégica. Queremos entrar na obra e só abrir em 2015 ou queremos abrir antes num espaço mesmo que seja temporário para depois ir para lá? O grupo do executivo do COB vai decidir isso.

Temos em São Paulo o Museu do Futebol que é uma referência no Brasil em esporte e interatividade. Como vocês avaliam esse projeto? É parecido com o que você visam para o Museu Olímpico Brasileiro?

CP: Eu acho o Museu do Futebol espetacular, acho fantástico. A cultura futebolística do Brasil merece um museu como aquele, que acho muito bem cuidado, trabalhado e com o aproveitamento de uma área dita morta. Embaixo da arquibancada não é todo mundo que consegue fazer um museu tão bom naquele espaço. Futebol, se não tiver a narrativa e a imagem em movimento não é o futebol, é uma revista. Por exemplo, quando você entra no museu de belas artes, você vai ver um quadro, no máximo hoje em dia você pode ter interatividade para ver detalhes do quadro, mas o quadro continua parado na sua frente. Agora, você não vê um gol do Pelé, do Zico, de qualquer outro grande ídolo parado, não faria sentido. Acho que a mesma coisa é o museu olímpico se você vê só os atletas brasileiros, se você não vê um salto com vara, se você não vê um Michael Phelps ou mesmo o nosso Cielo, os nossos atletas se você não vê essa expressão deles da largada, da chegada, do momento de uma bola que pegou, não faz sentido, não é?

Mas com isso estamos falando de multimídia, como que você pensa a interatividade no museu olímpico brasileiro?

CP: Eu acho o seguinte, a gente mantém conversas porque a tecnologia está mudando muito.

Há uma dificuldade pelas mudanças na tecnologia?

CP: Eu não acho que isso seja uma dificuldade, isso é um desafio, só acho o seguinte você tem que ter sua cabeça aberta pra ver o que está chegando de tecnologia e o que você vai adequar ao que você vai usar. Então, por exemplo, a gente quando fez o primeiro projeto a idéia era ter um painel com todas as bolas dos esportes olímpicos, você ao tocar naquela bola de verdade, você teria uma idéia de dimensão de superfície, de material, de textura, tudo. Você ao tocar nesta bola vai aparecer pra você numa tela todas as características dessa bola, velocidade, peso, diâmetro, a regra daquele esporte, assim muito cru, e depois você poderá jogar o jogo virtualmente. Você tem que ter o mínimo de regra antes pra você saber o que você vai jogar, senão você não está educando, você só está fazendo brincar de eletrônica, a idéia não é essa, a idéia é também uma coisa que tem em São Paulo no Museu da Língua Portuguesa, aquela mesa que você junta sílabas e forma uma palavra, no nosso caso juntaria números e daí vem a informação que aquilo é um recorde, por exemplo o número de cestas que o Oscar fez nos jogos olímpicos. O recorde mundial dos 100 metros rasos, os números são, o esporte lida com números de manhã, de tarde e de noite. Você pode

enxergar o esporte pelo lado matemático, você vê a prova e desenha geograficamente o que está acontecendo ali, a criança conseguiu ligar aquilo que ela aprendeu em sala de aula com a imagem que ela está vendo.

Mas do Rio Content Market, em março de 2011, para cá este primeiro projeto já mudou?

CP: É muito difícil, isso muda todo dia.

Você acredita que essa necessidade de ter essa interatividade no museu se dá não só por esporte ser ação, também está ligada com a cibercultura, a forte presença do Iphone, tablets, internet e o hipertexto no cotidiano?

CP: Eu acho que para essa geração que está vindo – e a gente apesar de ser obsoleto a gente ainda se inclui nesta mesma geração, que a gente aprende tanto quanto eles, eles aprendem muito mais rápido, mas a gente vai indo né – aquilo que você não interage torna-se chato, é o tipo de lugar que ele vai com a escola e não volta, e não é isso que queremos. Queremos que ele saiba pesquisar do jeito dele, se ela quer por jogos olímpicos, se ele quer por esportes, por atleta, é a decisão dele, mas ele tá ali buscando a informação, então eu acho que isto é o mais importante, para isso você usa toda essa tecnologia a seu favor, para levar a informação, para levar a divulgação daquilo que a criança quer. É óbvio que você vai ter também o objeto em si do acervo, você tem a fotografia que também faz parte deste mundo, vamos dizer assim, desse mundo olímpico, você tem a medalha propriamente dita, você tem a peça de uma competição, o vestuário de um atleta, você tem o pôster dos jogos, você tem um universo de peças que vão ajudar você a contar aquilo que você está querendo contar, a criança vai poder interagir e ver do jeito que ela quer. Por exemplo, se ela detesta futebol e adora Badminton ela não vai conseguir entender? É o caso da Natalia Falavigna que quando viu uma competição de taekwondo ela disse assim: pára tudo! Não quero mais nada, eu quero isso. Porque não pode ter uma outra Natalia descobrindo sem ser em uma competição. A competição é um passo, mas eu acho que o museu também pode ser um passo pra esta criança descobrir um novo universo.

E também para fazer esta experiência individualizada.

CP: Claro, e para levar a um nível de informação que as pessoas não param para pensar que estão ligadas vou pegar o exemplo que a gente sempre conversa, que é o exemplo da vela, todo mundo acha que o Robert Scheidt entra no barco e fica esperando o vento, o que não é bem assim, existe toda uma preocupação de ler mapas cartográficos, de ventos, de marés, tem toda uma coisa por trás do treinamento dele, da equipe que o faz com que ele aprenda a ler aquele vento de forma mais eficaz pra ele. Então, se você faz uma criança entender isso que entrar no barco não é só esperar e sair andando, ela vai levar isso de alguma maneira para alguma outra situação da vida dela.

E vocês como museólogas, como fazem para assegurar que esta interatividade não seja apenas lúdica, para os visitantes não verem o museu com jogos e não ir além disso?

CP: Mas é isso que eu quero, que ela ache que está só brincando, mas no fundo no fundo ficará na cabeça, sempre fica, estendeu? O ideal é que fique muito e ela ache realmente que está só brincando, isto pra mim é o ideal. A gente faz muita coisa, a gente não está parado esperando a obra acontecer, existem as olimpíadas escolares aonde muitas ações são feitas, nem sempre há recurso pra fazer com tanta sofisticação

de um museu, mas tem muita coisa acontecendo e a Nira pode explicar muito mais do que eu.

Nira: Esta parte educativa que é inspirada em outros museus, que é educar, a gente já vem trabalhando há uns dez anos, com algumas atividades, experimentando com as crianças, criando oportunidade pra elas conhecerem outros esportes, como o futebol que você citou aqui é maravilhoso, eu mesma sou grande fã de futebol, se você vai lá você aprende futebol, historicamente está contextualizado, é bacana, é interativo, mas a nossa idéia também é abrir para outros esportes. Fizemos uma pesquisa junto ao instituto brasileiro de museus, existe uma lacuna, hoje você tem o museu do futebol e o museu de clubes que contam a história do clube e pertencem ao clube, então é ter um museu que vai contar a história do esporte, a gente na verdade visa preencher o espaço com esse nosso projeto. Temos desenvolvido várias atividades com escolas e comunidades, nós temos um programa educativo cultural, temos um teatro de bonecos, temos jogos interativos, quebra-cabeça, de montar os aros olímpicos, tudo muito simples, é quase no amor, mas a gente experimenta e funcionam, exposições itinerantes do nosso acervo reunidos de forma interativa, a tecnologia existe, mas o acervo está lá. Então eu acho que essa briga entre o museu do tradicional e do moderno é interessante, queremos transitar nos dois lados, vai ter sempre o museu tradicional, o de belas artes, a gente quer ver o tradicional, a gente quer ver as obras, mas tem o museu moderno onde queremos interagir, por exemplo, com um passeio virtual. Então temos o acervo original e também tem a chance de trabalhar com o que a Cristiane colocou.

CP: Por exemplo, dentro da própria Olimpíada Escolar (OE) sempre tem um ciber, uma série de computadores para a garotada acessar seus Facebooks e seus Orkutts porque hoje não importa o estado que elas vêm, todas elas têm. Então qual é o desafio nisso? Primeiro essa criança só pode usar, por exemplo, se temos cinco mil crianças por cada edição dos jogos, não tem como ter cinco mil computadores, vamos colocar que em um espaço tenham dez, então não dá pra ficar mais que quinze minutos cada um para uso, até para dar chance de o outro utilizar. Essa criança cada vez que ela vai entrar, ela tem que responder uma ou duas questões sobre doping, bem na idade delas. Ah, mas depois você irá dizer que ela entra direto no Orkut! Mas eu tenho certeza de que pelo menos uma daquelas perguntinhas vai ficar na cabeça dela, entendeu? Pelo menos uma ela vai aprender. Porque ela não entra uma única vez, como ela fica lá dez, quinze dias, ela entra pelo menos dez, quinze vezes, então ela respondeu no barato, vinte questões, porque as questões são randômicas, e são várias, não são dez ou vinte, são muito mais no cardápio, sendo assim alguma coisa ela irá aprender, ela não está sentindo, mas a hora que ela ler no jornal, que alguém foi pego no doping, ela irá lembrar: Já vi isso! Entendeu? Já ficou! Então a tarefa já foi cumprida. E como na olimpíada, eles sempre irão dizer que existem os esportes dos jogos escolares, judô, basquete, etc. Esse ano levaram, luta, hóquei e golfe, que são outras modalidades, então são outros esportes para eles conhecerem, então o atleta que está competindo no atletismo, pode na hora do seu almoço, experimentar o golfe, experimentar a luta, todos eles 100% usam a internet, nós estamos falando de garotos que já estão praticando esporte, mas eles estão ávidos de querer mais, e a gente nota isso, tentamos aproximar o aluno do seu ídolo, por exemplo, temos uma foto do Cielo como aluno da natação e sempre numa pose proativa. Está linda a exposição! E o aluno percebe, se eu estou com 12 anos e estou aqui, eu com 18 anos posso ser um Cielo, entendeu? E eles falam, você vê a garotada falando, você está ali no meio deles, isso é muito legal e isso já vai dando a gente todo este *know-how* do que a garotada está querendo, a gente vem acompanhando eles.

Nira: Eu fiz teatro, a gente leva adereços, coroas, a gente leva a toga, aí eles sobem no palco e brincam de cabo de guerra, tem sempre um atleta olímpico convidado que participa também e eles declamam poesia, é muito legal

As Olimpíadas Escolas são para qual idade?

CP: Isso depende, em cada ano tem duas edições, de 12 a 14 anos, e de 15 a 17 anos, e é legal porque são alunos de escolas estaduais e municipais ou particulares, do Acre, do Rio, Pernambuco e juntando estas você tem um panorama dos alunos do Brasil, o nosso produto a gente está sempre testando, será que eles vão gostar? É um teste. “Ah, vamos fazer uma obra e vamos abrir um museu”, não é isso, tem todo um processo sendo feito aqui há muito tempo, e é preciso valorizar o acervo, então tem a parte interativa e tem o acervo. Por exemplo em Belém tivemos a parte esportiva e a parte cultural, então a brecha cultural está entrando, os visitantes ficam emocionadas de visualizarem as replicas que não são, isto é são originais. Tinha um senhor falando que era a tocha de Berlim, então o acervo é emocionante e o campo de possibilidades interativas. Você sai do esporte e vai para cultura, para as origens. Então ontem estávamos vendo qual é a próxima que a gente chama de OE. Nesta próxima OE nós faremos umas certas brincadeiras com alimentos, alimentação saudável, por exemplo, o que um atleta deve comer? De forma que isso seja uma brincadeira, irá ter uma nutricionista que estará orientando o que deve colocar e o que não deve para esta faixa etária, é obvio que eles vão comer hambúrguer e batata frita, são crianças, mas é bom eles saberem o que estão comendo, então ela deverá saber o valor nutricional deste hambúrguer, então quer dizer, a gente vai mostrando pra eles que não deixa de ser uma forma lúdica, saudável e de informação a mais, então queremos trabalhar o esporte para além do esporte.

Com isso a proposta também é trabalhar o público que diz não gostar de esporte, enquanto na verdade é um preconceito, pois não conhece nem 1%de tudo que existe, certo?

CP: É, é isso mesmo, ela não tem que ser um atleta para gostar de esportes, mas por exemplo, você pode ver a Grécia antiga, é uma das artes das mais glorificadas da humanidade, todo o nosso conceito de beleza vem da Grécia, então podemos trabalhar com essa pessoa que não gosta de esporte. Você tem toda, podemos dizer assim, uma indumentária do atleta e de toda equipe e do equipamento que o atleta usa onde nota-se uma evolução que tem uma série de pessoas que não atletas, que não são esportistas, mas são engenheiros, químicos, mas os seus filhos estão lá, pra ver aquilo, então é preciso mostrar essa evolução. Também é algo legal, você não tem que ser assim, ah eu entendo tudo de corrida, então eu só vou ver corrida, não! Abra sua cabeça que você vai poder ver outras coisas que o esporte pode ser assim a âncora para trabalhar uma série de informações, exposições, interações, da maneira que você quiser, as possibilidades são, não vou dizer infinitas porque ...

Nira, você tem uma formação em teatro e museologia, a Christiane é ex-atleta e museóloga. Qual a importância de uma equipe multidisciplinar para montar um tipo de projeto como este?

CP: Com certeza, com certeza, a Nira vem do teatro, mas ela corre que nem gente grande, mas ela tem essa veia assim mais do teatro mesmo, essa coisa de trabalhar o emocional, da voz, da luz, da fala, da indumentária. E eu já venho do esporte, eu tenho a idéia de como é que funciona a cabeça de um atleta, seja ele de que nível for, e eu comecei pequenininha lá de baixo, não comecei ganhando tudo, todo atleta

perde, pelo menos uma meia dúzia de vezes, eu estava conversando com a Miriam que é uma das funcionárias daqui que é tenista, ela diz assim, o tenista perde toda semana, toda semana você perde um jogo, por mais que você seja um Nadal, um Cezar, você perde, então você sabe como é que é essa coisa do atleta superar um segundo, terceiro, quarto lugar ... ou a não classificação, que também acontece, então a gente acaba numa e tem outra museóloga aqui.

Existe algum outro Museu Olímpico ou projeto em andamento na América Latina?

CP: O COB é uma instituição que ainda não tem museu, a gente reconhece que temos mais ação do que muito museu, tem muito museu no mundo que é aquilo que te falei, que é um espaço com medalha, com pôster, bicicletas antigas, é um museu e não faz nada fica ali, abre as 9h da manhã, fecha as 17h, tem 10 visitantes por mês e só, aquilo ali é o museu olímpico de não sei aonde. Mas o museu não é só isso, então eles consideram que o Brasil, o Comitê Olímpico Brasileiro faz muito mais ação do que muito museu, então a gente já faz parte desta rede de museus, com uma voz bem ativa. E acontece o seguinte, o museu não é só área de exposição, temos aqui uma biblioteca hoje que tem 16.000 volumes sobre o esporte, com doações do João Havelange. Outro dia veio uma doação que era do Carlos Alberto Pinheiro, que era um grande jornalista do Globo, tem publicações que nós compramos, que o COI manda pra gente. Então hoje eu acho que é uma biblioteca de referência no país, você não tem nada próximo a isso em termos de esporte. Eu não vou entrar no mérito das bibliotecas gerais. Em esporte, nós temos toda documentação de 2007, do panamericano, todos os relatórios estão aqui, todo o processo da candidatura de 2016 também está aqui, então hoje temos muita gente fazendo pesquisa seja da área de arquitetura, da área de jornalismo, educação física, todos fazem aqui e isso faz parte do museu, faz parte de um centro de cultura esportiva. Temos a tradução de livros, temos mais de 50 títulos publicados pelo COB com fotojornalismo, escritores e designers, um leque maior, então a gente faz muita coisa. Eu estou lançando um livro na sexta feira intitulado “meu primeiro livro olímpico” que vai ser lançado no AfroReggae, a gente tenta também levar, sair da livraria para onde tem comunidade, esse é um projeto de formatura de um designer. Então quer dizer a gente não está esperando a obra ficar pronta pra dizer funciona, milhões de ações já estão sendo feitas

Mas então, vocês como museólogas como vêm esse momento, esse boom de museus interativos, quatro novos no Rio de Janeiro?

CP: Acho que o Rio cada vez mais resgata o seu lugar de gerador de cultura deste país, como sempre foi. Andamos esquecido um pouquinho, andamos meio de lado, mas eu acho que o Rio hoje, graças a Deus - eu sou carioca e tenho o maior orgulho assim- eu acho que hoje a gente acelera para resgatar tudo que o Rio sempre foi, sempre representou para este país como vanguarda. Não estamos copiando ninguém, estamos fazendo tudo como sempre fizemos, na vanguarda, dentro desse movimento da área de museu eu acho que os projetos que estão acontecendo no Rio, são projetos que não estão copiando Brasília, São Paulo ou Belo Horizonte, Paris, entendeu? Eles têm a sua marca registrada local.

Nesse contexto, como veem o futuro dos museus tradicionais?

Nira: Sempre haverá a Monalisa no museu do Louvre, mas eu acho que a cenografia e a tecnologia, elas vêm para agregar, não vem para dividir e o museu está na sociedade, está acompanhando o processo da realidade que hoje é uma realidade nossa e não só apenas de uma cultura e eles estão aberto para esse contexto.

CP: Por exemplo, eu acho o seguinte, o Museu do Amanhã que é ali no cais, o eu acho é que ele vai chacoalhar os outros museus da região que são a maioria? Vamos dizer que em um sábado você irá visitar o Museu do Amanhã e já que está ali já aproveita e visita o de Belas Artes, a Casa França-Brasil, o CCBB, enfim, você vai fazer um programa, um corredor cultural. Você tem uma série de museus e centros culturais próximos e acho que um puxa o outro pra cima. E não empurra para baixo, eu acho que é bom pra todo mundo.

Nira: Não sei se você irá recordar, mas no ano 2000, teve aquela mostra na bienal, sobre o descobrimento, da Bia Lessa, que a questão era, muita cenografia para se discutir o trabalho de Aleijadinho. Teve um trabalho que foi até tese de doutorado, para se discutir isso, se cenografia é bom, é ruim, se roubou a cena do objeto. Mas a cenografia serviu para agregar, para se criar uma ambientação e foi um sucesso. E agora a discussão se repete em relação a tecnologia, que não vai tomar o lugar do objeto, mas vem agregar. Não dá para ficar de fora, temos que nos beneficiar dessa interatividade. É preciso rever os modos de exposição.

Há também a realidade aumentada, que é mais bem aceita muitas vezes, por não substituir, mas como o próprio nome explica, aumentar a própria realidade.

CP: Eu acho que é por aí entendeu, eu acho que só veio a somar, lógico que não vem para dividir nada, muito pelo contrário. Eu acho que há espaço na sociedade para o tradicional, o museu de belas artes, museu histórico, museu do zumbi, etc. As pessoas precisam deste entendimento, mas também elas querem o novo, o que está por vir, aonde ela pode mexer, aonde não é tão sacramentado, aonde se pode tocar!

Por exemplo, a mesa de Totó, eu acho aquilo fantástico, eu acho aquilo muito legal! Aqui no Rio os museus competem, com praia, cinema, teatro, então você tem que tentar atrair seu público. Imagine um domingo a tarde de sol depois do almoço. Você tem a opção de ir ao museu, ao teatro, ao show na praia, etc. Com tantas opções, você tem que estar ao gosto da galera mesmo, então queremos fazer o Museu Olímpico Brasileiro num formato de centro cultural, para diversificar as atividades – com, por exemplo, teatro, cinema, lanchonete – mas também como museu com espaço de pesquisa e acervo. O centro cultural vive de exposições de acervo externo, ele não tem uma reserva técnica, não tem vamos dizer assim um *backstage* próprio, é pequeno é tudo expositivo, já no museu ele procura ter uma grande reserva técnica, catalogação, um condicionamento. Eu quero um mix disso. Eu quero que seja um lugar em que as pessoas queiram ir também, pra ir a uma cafeteria, para ler um livro, enfim ter um momento de prazer, ou só comprar um presente mesmo, o cara ir ali entrar na lojinha e comprar um lápis, até aí problema nenhum. A gente tem um acervo de filmes, que pode atrair quem diz não gostar de esporte, mas que gosta de cinema. Existe um filme que se chama *A Vision of eight*, oito grandes cineastas, como Coppola o Kurosawa, mostram a visão deles sobre os jogos olímpicos, como eles enxergavam estes jogos. Este filme é uma obra de arte, esquece o esporte, o esporte é só o tema, para os caras trabalharem a sua visão, sobre o comportamento humano, então quer dizer, você não gosta, mas vai ver um Kurosawa, garanto que quem é cinéfilo gosta, entendeu? Essa idéia é transformar esse lugar em um *point* mesmo, seja para fazer a compra, experimentar o sensorial no esporte, seja para aprender, estar lá com o atleta ou para ver um filme, um seminário, ler um livro, tem uma biblioteca tão

boa, tem livros, tem Lenin a fotografia de Berlim, tem tudo isso aqui. Tem o filme dela, você terá que ficar bem acordado, pois o filme é aquela plástica, aquela estética, maneiras de filmar, é o filme oficial e é muito lento e poético, mas enfim a idéia fundamental é essa, e tem também muitos desenhos animados para as crianças. Estamos falando do Asterix a Coppola, isso tudo.

Então até 2016 teremos o Museu Olímpico Brasileiro?

CP: Eu acho que têm que ter! É o momento eu acho que o Rio está vivendo essa realidade entendeu? Eu acho como primeiro eu te falei, o Pan é o início tem que colocar esta exposição itinerante no trilho, voltar a sentar e dizer assim, o que a gente quer agora? Quando a gente tava discutindo, o projeto museográfico, a idéia e tudo mais eu me lembro que eu disse olha só isso aqui é um projeto que vai mudar a todo momento, todo dia, até a gente abrir a porta, entendeu? Ele vai sofrer alterações até lá. Coloquei: A realização dos jogos, onde a informação vai vir muito, a biblioteca daqui vamos dizer assim que ela seja deste tamanho, acaba os jogos olímpicos ela aumenta este tamanho, porque o que chega de livro, de relatórios de publicações e regras, a gente fica com tudo, muitas das vezes eu trago na minha mala. Por exemplo a última foi em Vancouver, todos os manuais que eu podia ter acesso eu pegava e trazia para a biblioteca, entendeu? Por que não? A porque é inverno! Qual o problema? Você não tem que ser um atleta olímpico de inverno para curtir né? E se eu não tiver a informação de tal atleta aqui? Fica desfalcado? Eu tenho que ter a informação de tudo, de todos os esportes e formar uma cultura olímpica, pois se a pessoa quiser, ela tem onde procurar, aí isso é o mais importante. Na última viagem eu trouxe uma série de arquivos de mídia de Guadalajara.

Anexo 4

Entrevista com Marcello Dantas

Dia 11 de novembro de 2011, às 10h30, via Skype

Como você avalia o boom de museus interativos no Rio de Janeiro?

Eu não diria que é o boom especificamente do Rio de Janeiro, mas do mundo. E não ter a ver especificamente com o fato de serem museus se tornando interativos. O que está acontecendo de fato é um processo de interpretação da sociedade como ela existe hoje. E a nossa sociedade já é a um século audiovisual. Posterior a isso veio uma coisa chamada era digital que mudou a forma de consumirmos comunicação e produzir comunicação; esses fenômenos são grandes demais para serem negligenciados dentro daquilo que é a esfera da cultura.

A cultura se transforma e em geral os museus levam muito mais tempo para entrarem nesse processo, serem elaborados. O fato é que não dá para pensarmos hoje um modelo de instituição cultural que não leve isso em conta: as gerações que estão aí, o padrão de cultural que estamos produzindo e acima de tudo a linguagem para apresentar a cultura. Isso não é um fenômeno do Rio ou do Brasil, é algo que já vem acontecendo ao redor do mundo há vinte anos. Na verdade o Rio que chegou tarde na história. O Museu da Língua Portuguesa que inaugurei em São Paulo foi em 2006. Vivemos coisas tanto no Museu de História Natural, no Museu do Holocausto, no início dos anos 1990; essas coisas estão acontecendo por todo lado, na China, na França.

Tem outra questão, há um esgotamento do modelo de Instituição museu, mesmo porque você não consegue mais fazer um Museu do Louvre, hoje em dia, você não tem mais acervo para isso, você não tem mais acesso a essa informação. Foi-se o tempo em que era possível fazer aquilo, hoje se faz de outra forma e talvez tenhamos que lidar com o conteúdo imaterial fortemente.

No Rio é porque está renascendo, está muito aquecido pelo eventos esportivos e todos esses desafios, também precisou ter instituições culturais à altura da vocação de protagonista que ele está colocando para si mesmo e acho que é por isso que isso está acontecendo (esse boom).

Como criar uma exposição interativa sem que a tecnologia fique obsoleta?

Se você ficar preso à última tendência de tecnologia apenas, você vai ser vítima disso eternamente. A tecnologia é muito efêmera. Agora se você entender que o que estamos fazendo não é um show de tecnologia, mas acima de tudo é uma percepção de como a máquina sensorial humana se relaciona com o mundo, isso não sei de voga. A linguagem que eu chamo de imersão total não caduca. A maneira de entendermos, consumirmos, pensarmos, a linguagem não vence com a tecnologia. Quando você faz algo que reúne arte, cultura, humanidade, sensorialidade, um sentimento lírico do espaço ela não vai caducar. Assim como não caducaram as grandes coisas que foram feitas na arte e na cultura ao longo dos anos. O Museu Guggenheim de Nova York não envelheceu. Na verdade ele envelhece muito bem. Quando você pega uma obra de arte que reunia ciência e cultura no renascimento, ela não envelhece nunca, ela está lá, é conhecimento. Se você fica baseado na tendência da semana, aí talvez você perca.

Cinema, museu total, isso se relaciona essa catarse do cinema com a exposição imersiva?

Claro, eu acho que o cinema é uma linguagem diferencial fundamental. Ela trabalha com várias coisas que temos que trabalhar: escala, narrativa, curva dramática, definição, imersão no espaço, a experiência coletiva. A razão de você ir a um museu hoje em dia é acima de tudo você vivenciar cultura também de forma coletiva. Essas coisas todas são fundamentais, você precisa delas. Você precisa de elementos diferentes de uma mesma cultura para que ela possa acontecer. Então você usa linguagem de cinema, interatividade, cenografia, todas essas coisas somadas no espaço do museu.

Como fazer para que a exposição não se torne apenas um espetáculo, mas que efetivamente transmita conhecimento, seja uma experiência também intelectual?

Eu acho que o museu precisa necessariamente existir em camadas. Você precisa atender as pessoas que têm a demanda do espetáculo sim. Existe isso e parte das pessoas vai para qualquer lugar de forma superficial e não podemos negligenciar esse público. Ou seja, existe uma superficialidade que precisa ser atendida e existe a necessidade de você criar uma curva onde a pessoa possa mergulhar, ir mais fundo no conteúdo. Ter as duas coisas é fundamental. Nem todo mundo vai ter a capacidade de entrar em alta densidade com o conteúdo. E tudo bem, as pessoas vão entrando aos poucos. Pode ser que algumas pessoas nunca entrem e faz parte da vida. Se o museu negligenciar as pessoas que vão ver o museu de forma superficial ele está atirando no próprio pé porque ele não está construindo platéia. Então é necessário que o museu tenha a capacidade de lidar com o estudante, com o executivo, com o desemprego, com a dona de casa. O museu é um fomentador de interesse, que faz com que você vá buscar esse conhecimento em outras fontes e depois você volte ao museu e reconheça essas fontes nele próprio.

Então esse ambiente imersivo não vai decodificar o conteúdo e entregar tudo decodificado para o público, mas o papel dele vai ser despertar o interesse para que aquele público estude, volte e aprenda mais?

Bom, se você chega ao museu já com uma dose de conhecimento, você vai conseguir um tipo de coisas nele. Se você chegar com nenhuma dose de conhecimento – o que acho muito importante também que o museu seja capaz de lidar com esse público, seja um turista, um jovem – essa pessoa precisa poder ser atendida ali dentro. Ela precisa poder reconhecer-se ali dentro. E dali para frente como você vai fazer e entregar isso, você pode entregar em camadas

E na questão específica da arte? Como apresentar a arte de forma decodificada para o público que não tem uma bagagem de história da arte e análise para compreender de forma mais profunda um quadro, por exemplo?

Se você entende arte como sendo um quadro talvez isso valha. Mas arte hoje é uma coisa cuja linguagem é muito mais ampla. Em vários aspectos você deveria chegar para ver arte apenas o seu olhar fresco e ser possível ser recompensado por isso. Eu acho q isso é bacana. Não vejo problema.

A outra pergunta que você coloca se as pessoas podem alcançar as outras camadas da arte. Eu não acho q seja isso não. Eu acho que o que você deve encontrar é a inspiração, o desejo e vontade de continuar a aprender.

O museu é uma caixa de inspirações. E deveria ser uma plataforma para você querer mais. Eu quero continuar vendo isso, eu quero ler mais, saber mais. Essa porta

de conhecimento, esse templo de musas, inspiração é o cerne de sua existência. Ele é o grande depositário e portal de entrada de um novo mundo.

Esse ambiente mais receptivo vem com essas novas gerações de museus? Por que se observa em alguns museus tradicionais e exposições a frequência de uma elite minoritária. Esse espaços ficam vazios enquanto algumas exposições interativas com fila. Como você vê a contraposição do museu tradicional e o interativo nessa quebra de elite?

Eu acho que a palavra não é exatamente elite, porque ai você estaria separando as coisas de outra forma, não é uma estratificação social. Eu acho q existe de verdade é q quando as pessoas encontram uma linguagem que elas entendem, que elas se sentem entretidas, que o museu deixa de ser um lugar chato para ser um lugar que é um programa cultural. O museu está competindo com cinema, teatro, show, restaurante, parque, é com esses espaços que ele compete, não é com a escola ou universidade

O museu precisa oferecer para você uma experiência que seja gratificante. É por isso que as exposições que fazemos que têm essa linguagem tem um apelo popular muito maior, porque aquilo faz sentido para as pessoas. Versus o que foi durante muito tempo a cultura baseada na coleção de objetos. Eu acho que na verdade os objetos não conseguem necessariamente traduzir a sociedade que temos hoje. Hoje os fenômenos da cultura são dinâmicos, são narrativas, historias. Não necessariamente são objetos simbólicos. E difícil você dizer o objeto que representa o nosso tempo. Vai dizer que é o q uma caixa de computador? Um automóvel? Não é isso, é outra coisa. Tem alguma coisa que tem haver com a narrativa, com a história daquilo que somos. Só uma exposição que utilize esse tipo de linguagem vai conseguir traduzir, ou vai pelos menos aproximar esses outros mundos da nossa maneira de ver o mundo – que em grande parte foi educada audiovisualmente, com a televisão. São gerações que já foram educadas para ver o mundo de forma audiovisual ou interativa

Além do audiovisual, temos a crescente cultura e necessidade do toque, com o uso intensivo de tecnologias como os smartphone, iphone, tablet.

Ontem visitei um museu em BH de ciência que tinha uma tela de plasma, numa altura de mesa e uma placa feita a Mao escrita “por favor, não toque”. O que é genial, porque a intuição natural quando vemos qualquer tela é tocar. E tem uma coisa básica no conceito de museu. O museu durante anos foi construído no argumento do “please, do not touch”/ “por favor, não toque”. Sendo que na metáfora de como funciona na nossa vida, o mais necessário de tudo, o que queremos na vida é sermos tocados. O que mais queremos na vida é sermos tocados. E é isso o que somos. Mais que qualquer coisa queremos isso. E quando o museu diz não para isso ele está dizendo não para essa realidade? O que é mais importante do que tocar alguém, tocar no coração, tocar almas? Quando o museu usa esse frase “não me toque” ele está criando um abismo da possibilidade de emocionar essa pessoa. Eu acho que o toque simbólico, não só interativo.

Porque o interativo é assim, eu queria poder tocar em tudo. Essa que é a verdade. Não é só o vídeo da tela que vai interagir comigo. Uma boa relação com o objeto também poderia significar o toque. Interatividade é uma coisa que vai muito além de apertar botões ou telas, interatividade é, acima de tudo, você entender que são pessoas se relacionando com pessoas, assim como a internet não é a ligação de múltiplos e múltiplos computadores, mas sim de múltiplas e múltiplas pessoas. A interatividade é colocar múltiplas e múltiplas pessoas juntas.

Tivemos um primeiro momento *hands-on* nos museus interativos, depois *minds-on* e *hearts-on*. Você considera que hoje retomamos um novo *hands-on*, dessa vez não por apertar botões, mas para com as mãos individualizar o conteúdo?

Customização do conteúdo, isso é muito importante. Você quer na realidade que os museus se tornem mais inteligentes, que os sistemas de museu aprendam quem é o usuário. Chegue mais perto dele e saibam se adaptar à intenção dessa pessoa diante daquele conteúdo. Isso é muito importante. O máximo que nós conseguirmos isso, quanto mais mutável e adaptável esse conteúdo conseguir ser, melhor.

Essa customização não pode diminuir o contato com elemento que eu nem conheço, nem saberia que podia gostar?

É só você ter uma atitude exploratória e querer experimentar novos pratos. Isso tem muito a ver com personalidade, tem pessoas que são incapazes de mudar o prato, que sempre querem mais do mesmo. Mas outras pessoas são capazes de ser mais experimentais. Com o tempo, a criação de confiança, vai fazer com que isso aconteça.

Cada projeto que você faz vai mudando com as novas tecnologias e necessidades ou os projetos que você tem construído seguem uma mesma linha de pensamento, um mesmo trabalho?

Te digo que um dos meus lemas na vida é nunca fazer duas vezes a mesma coisa. Eu só me interesso por esse assunto porque acho que é um lugar onde eu posso contribuir para a criação de linguagem. A minha posição diante do museu sempre foi essa. Por que eu estou aqui? Estou porque gosto de criar linguagem. É um território muito fértil aonde você consegue espaço para criar maneiras de se comunicar.

Muitos comunicólogos criticam os museólogos por se restringirem ao trabalho de conservação do acervo e esquecem de pensar a linguagem. Como você vê essa questão?

É porque eles não sabem. Só por isso. A verdade dos fatos é quando as pessoas não ligam para linguagem, eu apenas posso dizer uma coisa: a única razão para você não ligar para linguagem é você não saber usá-la. É a única razão, porque ela é tão importante, é tão fundamental, é tão explicitamente a coisa mais desafiadora de todas. Se você está preso a preservar a peça e fazer disso o norte da sua vida, claramente você está colocando um atestado de que você não é capaz de pilotar esse avião no sentido de fazer a linguagem chegar do outro lado. Não consigo acreditar quando alguém fala que o cara gosta de limpar livro e não de ler livros. Ele trabalha na biblioteca porque ele gosta de limpar o livro. Ou você ama a literatura pelo que ela tem na sua alma, você ama o museu por ser uma plataforma de educação fabulosa, ou você na realidade gosta de polir acervo. E se é isso, talvez você não esteja no lugar certo.

Você trabalha com equipes multidisciplinares?

Minhas equipes são super multidisciplinares. Isso é fundamental. Não podemos ter nenhum dogma senão não fazemos nada. Não dá para ser unidisciplinar de jeito nenhum.