

ANETTE REIN

O museu como "outro local"? Experiências educativas (*Bildungserlebnisse*), a experiência do tempo, mundos de conhecimento e mídias sociais¹

Piotr Czernski (2012)

Nós [os nativos digitais] não *usamos* a Internet, nós vivemos nela e com ela. Por isso somos diferentes. Essa é a chave, a nosso ver, no entanto, uma diferença surpreendente: nós não ‘surfamos’ na Internet e, para nós, a Internet não é um “lugar” ou “espaço virtual”. Para nós, a Internet não é a expansão externa da nossa realidade, mas uma parte dela, uma camada invisível mas sempre presente, que se entrelaça com o ambiente físico.²

Sêneca (filósofo romano, +65 D.C.)

Quem está em todos os lugares não está em lugar algum.³

No Dia Internacional dos Museus deste ano (em 12 de maio de 2013), sob o lema: “lembrando o passado – moldando o futuro: Museus e junte-se a nós!”.⁴ Primeiro, visitei a exposição no Museu Judaico de Berlim, “Toda a verdade... o que você sempre quis sa-

¹ Texto em alemão traduzido para o português por Leonardo Boccia.

² Czernski 2012, (adição feita pela autora).

³ Citação de acordo com Carr 2013, p. 223.

⁴ Desde 1978, o Dia Internacional dos Museus é proclamado anualmente em 18 de maio pelo Conselho Internacional de Museus ICOM. Desde 1992, o Dia Internacional dos Museus é acompanhado por um lema que muda anualmente. O Dia Internacional dos Museus deseja chamar a atenção para o amplo espectro de trabalho do museu e sobre a diversidade temática dos museus ao redor do mundo. Ver também:

<<http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-internationaler-museumstag.php>>; acesso em 26 outubro de 2013. Em 2013, participaram 35.000 museus de 143 países de 5 continentes. Tradicionalmente, o Dia dos Museus é comemorado amplamente no dia 18 de maio e pode durar durante um dia até uma semana, anunciar ofertas especiais para os museus. <<http://network.icom.museum/international-museum-day>>; acesso em 26 de outubro de 2013. Em 2012, só na Alemanha participaram 1.600 estabelecimentos. <http://www.icom-deutschland.de/client/media/493/pm_maerz_internationaler_museumstag_2013_final.pdf>; acesso em 26 de outubro de 2013.

ber sobre os judeus”⁵ e, em seguida, o Museu das Comunicações (*Museum für Kommunikation*) “Tempo Tempo! Na corrida contra o tempo”.⁶ Antes disso, eu não tinha me informado sobre medidas específicas para o dia e não esperava nada fora do comum.

Já na primeira exposição, no entanto, notei que duas mulheres sentadas em uma vitrine se ocupavam com um telefone celular e que a mais jovem dava conselhos de tecnologia para a mais idosa. Durante o curso fiquei sabendo tratar-se de mãe e filha judias, que sentadas na vitrine ficavam disponíveis durante duas horas para responder às perguntas dos(das) visitantes.⁷

Enquanto participava dessas discussões, nenhum telefone celular, nem os das duas mulheres nem os na plateia tocou – nós conversávamos amplamente e fomos capazes de perguntar tudo o que nos interessava. Muito mais surpresa fiquei quando no Museu das Comunicações encontrei uma situação dominada pelo uso de celulares e *tablets*. Na visita à exposição especial “Tempo Tempo”, a plateia se dividiu em dois grupos: aqueles que – assim me pareceu – se utilizavam continuamente de seus telemóveis e outros que só queriam ouvir a guia.

Em primeiro lugar, despreparada como eu era, a ação seguinte foi incompreensível para mim.⁸ A guia deu uma rápida explicação, interrompeu o fluxo de sua fala, silenciou e esperou, perguntou se todos(as) haviam terminado com o *Twitter*⁹ e continuou com poucas frases até a próxima interrupção. Devido à minha longa experiência

⁵ Período de 22.03 a 01.09.2013. <<http://www.jmberlin.de/main/DE/01-Ausstellungen/02-Sonderausstellungen/2013/ganze-wahrheit.php>>; acesso em 27 de outubro de 2013.

⁶ Período (de 12.04. a 01.09.2013). <<http://www.mfk-berlin.de/tempo-tempo-im-wettlauf-mit-der-zeit/>>; acesso em 27 de outubro de 2013.

⁷ Para maiores informações acerca da vitrine, ver Rein (2013-14 no prelo).

⁸ Inesperadamente, havia me tornado um dito curioso sem smartphones ou um membro da “classe de pau”, como são designadas pelos parceiros culturais as pessoas que visitam um museu com caneta e bloco de notas para a seguir escrevem sobre a visita. <<http://kulturkonsorten.de/formate/tweetup/>>; acesso em 29 de outubro de 2013.

⁹ Pelo *Twitter* é possível despachar notícias de no máximo 140 linhas saindo de um PC ou em movimento pelo celular, que em seguida são reportadas na website www.twitter.com. Entre os muitos milhões de *Tweets*, que dentro de uma hora lá chegam, são selecionados os autores de *Twitter* que queremos seguir e com isso o usuário se torna seguidor. Eu vejo unicamente os textos das pessoas do *followme*. Segundo Urchs/Cole (2013, p.14) cerca de 99% dos *Tweets* são considerados lixo, mas que pelo restante 1% ainda vale a pena participar.

como guia¹⁰, essa situação me irritou, pois, dessa maneira, era impossível aprender sobre a mostra e possivelmente ainda trocar em conversa ativa com os presentes. Ainda mais estranho para mim foi ver que a comunicação direta entre os presentes era constantemente interrompida pela tecnologia e os usuários ligados ao *Twitter* estavam intensamente envolvidos com invisíveis terceiros que, em um outro lugar, não participavam da visita ao Museu. Como visitante, também senti estar sendo observada pelos que ‘twittavam’ sem ter nenhuma influência ou até mesmo retorno sobre o conteúdo digitalmente mediado. Por um acaso, estávamos juntos no museu, participando então juntos ao grupo em uma visita guiada por uma das funcionárias do museu. Tudo ordenou-se com todos se submetendo aos próprios telefones celulares. Aqueles(as) visitantes que queriam continuamente ouvir acerca dos objetos e dos temas do museu, sacudindo a cabeça, se maravilhavam sobre o que estava acontecendo naquele lugar. Entre eles, se levantaram rumores de que nessa estrutura de comunicação seria insuficiente comunicar sobre a exposição. Contudo, observei também como todas as formas de gentileza em relação à guia, nos momentos da mediação, foram lesadas. Para quem observava de fora parecia uma falta na apreciação da apresentação, pois a fluência do tempo da fala teve que ser subordinada ao envio de curtas mensagens e, assim, trouxe com ela falhas contínuas.¹¹ A impressão foi de uma sensação desconfortável com esta mediação bastante inquietante e, geralmente, pouco comunicativa do museu.¹²

¹⁰ 1977-1985 no *Museum für Völkerkunde* em Berlim; 2000-2008 no *Museum der Weltkulturen* em Frankfurt am Main.

¹¹ Verena Metzke-Mangold, Vice-Presidente da Comissão alemã UNESCO, instruiu-me gentilmente sugerir que eles postam os comentários de um participante da conferência, mediante transmissão ao vivo de um museu, e uma chamada para os telespectadores que, em seguida, avaliaram como muito positivo e enriquecedor o que os participantes da conferência tinham experimentado. Através de uma transmissão digital em tempo real, todas as partes interessadas, aqueles que não estavam no local, puderam participar sem perturbar os trabalhos da conferência (comunicação oral de 27 de outubro de 2013).

¹² Esta sensação desagradável foi confirmada do ponto de vista de um historiador de arte, que descreveu de forma muito clara que a supremacia do *tweetup* é problemática. Normalmente, um(a) guia faria a interação com a observação atenta dos(das) ouvintes: Durante a visita, postura, gestos e expressões faciais de visitantes são percebidas vendo como os(as) participantes reagem à mediação perante as obras. Mas, em um *tweetup*, as pessoas twittando não estavam olhando para ela, mas para seus telefones celulares ou tablets, e uma avaliação direta da reação do público não poderia ocorrer. Foi ainda cansativo para a guia manter o autocontrole com a interrupção da fluência de sua fala, pois seria necessário aos indivíduos twiteiros dedicar muita atenção a

Além disso, aquilo ocorria em uma exposição que fora anunciada na Internet com as palavras:

Ao mesmo tempo, a exposição pretende centrar-se conscientemente no lazer e convida as pessoas a esquecer o tempo por um momento.¹³

No final da visita guiada, o grupo dos(as) proprietários(as) de telefones celulares sumiu em direção à cafeteria e ocorreu-me que deve ter havido uma ação organizada – que era de um *Tweetup* por ocasião do Dia Internacional do Museu.¹⁴ Esse *Tweetup* era apenas uma das muitas outras ações de mídia social (como uma *Blogparade*¹⁵, *Patriotas locais no Pinterest*¹⁶ – Ação, Facebook para mudanças cabeçalho¹⁷) no Dia Internacional do Museu 2013 (IMT13), que por um lado precisa trazer os museus para a rede social e por outro lado atrair novos grupos-alvo para os museus.¹⁸ A rede *livekritik*.de havia sorteado 10 lugares para o *tweetup* no Museu das Comunicações, como parte de uma “obra de arte total” suprarregional.¹⁹

seus meios de comunicação. Essa é uma experiência que se vive quando juntos em uma turnê se está ocupado com a tradução de uma língua estrangeira desconhecida. Novamente, o fluxo do pensamento seria interrompido. Em ambas as situações, apenas sequências curtas apresentadas pode ser administradas. Somente quando termina o *tweetup* em geral com a confraternização e comunicando uns com os outros irão os(as) participantes ter um envolvimento contínuo com o educador de arte, a ser percebido como intenso e enriquecedor para com todos este “outro” formato de visita. Agradeço Heike Komnick por esta outra perspectiva complementar à minha percepção (comunicação verbal em 29 de outubro de 2013). Ver também: <<http://www.pinterest.com/pin/345088390167830636/>>; acesso em 11 de novembro de 2013.

¹³ <<http://www.kultur-bildet.de/artikel/ausstellung-tempo-tempo-im-wertlauf-mit-der-zeit/>>; acesso em 26 de outubro 2013.

¹⁴ Veja o release de imprensa do ICOM de 03 de maio de 2013. <http://www.museumstag.de/fileadmin/inhalt/2013/PM_Mai_Tweet_up_IMT_2013.pdf>; acesso em 26 de outubro de 2013.

¹⁵ *#IMT13Blogparade*: é um evento em que podem participar vários blogs. No IMT 2013 a rede *Kulturkonsorten* definiu para todos os museus um projeto para publicar um post em blogs disponíveis. Greisinger 2013B, p. 90.

¹⁶ *Lokal-patrioten-Aktion* auf Pinterest Online-Pinwand <<http://www.pinterest.com/imt13/lokalpatrioten/>>; acesso em 29 de outubro de 2013. <<http://www.pinterest.com/imt13/imt13-tweetup-am-12mai/>>; acesso em 11 de novembro de 2013. ><http://timel-ne.de/blog/2013/05/16/bundesweiter-tweetup-zum-imt13-wir-waren-dabei/>>; acesso em 11 de novembro de 2013).

¹⁷ *Facebook-Headerwechsel*: Facebook troca de cabeçalho.

¹⁸ Greisinger 2013b, p. 87.

¹⁹ Naturalmente, é também *livekritik.de* com ela e tem trazido um parceiro adequado para seu lado. Juntamente com o Museu de Comunicação de Berlim foram convidados no dia 12 de Maio, às 14h30min. para *Tweetup* “Tempo, Tempoo”, um! A exposição especial lida com as questões do tempo, a velocidade de impressão crescente de nossa sociedade e, claro, o desenvolvimento de novos canais de comunicação. E como é possível explorar melhor uma tal exposição do que no *Twitter*, talvez, o meio mais rápido de notícias do mundo? Todos os usuários do *Twitter* e

Segundo Sybille Greisinger, historiadora de arte e diretora do *Kulturkonsorten*²⁰, foi o IMT13 a mensagem “Tópico Trendic” no *Twitter* no dia da ação, que recebeu um valor Klout de 63 (de 100 pontos²¹) e 217.000 *Tweets* ou melhor 621.000 *Retweets* puderam ser gravados²², além disso, o *Tweetup* provavelmente devido a atenção recebida através da mídia social pela primeira vez se tornou notícia no telejornal *Tagesschau*.²³ Era isso agora numericamente suficiente para impor a atenção do público e ser registrado como grande sucesso para os museus ou para as mídias sociais?

Em retrospecto, parece-me esta visita guiada relacionada ao tema da exposição, em que trata da aceleração do tempo e da multitarefa (“Always on”²⁴), e sempre será capaz de estar lá com você, ao mesmo tempo, de acordo com o lema “aqui e agora”²⁵ foi uma encenação exemplar de comportamentos comunicativos contemporâneos e mal-entendidos associados ou problemas de comunicação. Estes foram equívocos causados pelo fato de que apenas uma parte do grupo sabia, ou seja, que a um *Tweetup*²⁶ juntamente com outros 22 museus na Alemanha participaram – enquanto os(as)

aqueles que querem estar lá, estão cordialmente convidados para o evento. A participação é gratuita, contudo, o número de lugares é limitado. Nós concedemos exclusivamente 10 lugares. Basta enviar-nos um breve e-mail com o seu nome e conta no *Twitter* para tweetup@livekritik.de – enquanto os estoques durarem, a velocidade é recompensada <<http://www.livekritik.de/blog/imt13-tweetup-zum-internationalen-museumstag/>>; acesso em 10 de agosto de 2013.

²⁰ O *Kulturkonsorten* é uma rede de artes, cultura, ciência e comunicação no espaço digital que, em 2011, o formato *Tweetup* dos Estados Unidos introduziu no espaço do museu alemão (Greisinger 2013A, p. 77). Agradeço muito a Sybille Greisinger pela informação no *Tweetup*.

²¹ O valor Klout (Klout = Impacto Social) é medido a partir do *Facebook* e *Twitter* e dá uma indicação da relevância das atividades de mídia social (Greisinger 2013, p. 88).

²² Greisinger 2013, p. 90.

²³ Para esta e outras informações agradeço Anja Schaluschke (comunicação verbal em 08 e 30 de outubro de 2013).

²⁴ Título de um módulo de exposição.

²⁵ <http://www.museumstag.de/fileadmin/inhalt/2013/PM_Mai_Tweet_up_IMT_2013.pdf>; acesso em 27 de outubro de 2013.

²⁶ Um *Tweetup* é um evento em que as pessoas conversam sobre serviços de *microblog Twitter* – e sobre o qual naturalmente será twittado. Os eventos costumam durar de uma a duas horas e acontecem em consulta com a instituição que o abriga. A marca é uma palavra comum (“hashtag”), tais como #kukon sobre a qual os *Tweets* que pertencem no evento podem ser filtrados para fora do *Twitter* de massa. <<http://kulturkonsorten.de/formate/tweetup>>; acesso em 29 de outubro de 2013. Segundo o físico, filósofo e diretor do Instituto de novas mídias Michael Klein, um *Tweetup* é comparável com uma fogueira digital a redor da qual as pessoas se reúnem espontaneamente para contar e encaminhar para si mesmas histórias de estruturas simples (comunicação pessoal em 28 de outubro de 2013). Veja também <<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/twitern-im-museum-von-tweet-zu-tweet-11955646.html>>; acesso em 11 de novembro de 2013.

outros(as) visitantes queriam ser informadas unicamente sobre os assuntos e objetos da exposição.

A coincidência do mundo objeto material com o mundo digital acontece em museus de maneiras diferentes e traz consigo muitas mudanças que têm implicações para a instituição do museu como centro de educação tradicional.

Na sequência se trata das questões de saber se as expectativas convencionais de um museu como um lugar especial de educação ainda são relevantes, ou como isto mudou nas últimas décadas, desde a fundação de museus estruturas e de comunicação para o “Templo das Musas”, e em até que ponto os museus do mundo digital e da mídia social respectivamente devem ter compromissos. Quais vantagens e desvantagens podem ser identificadas e quais as consequências disso para que um centro de educação (tradicional) possa se antecipar e ainda controlar?

Museus como outros-lugares

No quarto, do seus seis princípios sobre heterotopias, (em grego: hetero = diferente, topos = lugar) Michel Foucault define bibliotecas e o museu como um “espaço diferente”. Este é caracterizado, de acordo com Foucault, pelo fato de estar “ligado a seções transversais de tempo”, onde “pessoas quebram com o seu tempo tradicional”.²⁷

Nos museus assim como nas bibliotecas o tempo não pára de

se amontoar no cume de si mesmo e pressionar... a vontade em um só lugar todos os tempos, todas as épocas, de todas as formas, incluem todos os gostos, a ideia de um lugar de todos os tempos para instalar o mesmo fora do tempo e, com certeza, estar frente às suas garras²⁸ –

é característica do museu e da biblioteca serem heterotopias da cultura ocidental do século XIX. Em termos de museus etnográficos podemos complementar que nesse lugar é mantida uma coleção

²⁷ Foucault 1990, p. 43.

²⁸ *Ibidem*, p. 43.

de objetos de origem regional que tem diferente e variada gama de materiais, que no tempo-espaço quotidiano do século XXI nunca se encontrariam fora dos museus para representar a diversidade do património mundial.

Como oposto de um lugar de preservação do tempo, Foucault define a “celebração”, como uma heterotopia dos fugitivos. Ele reconhece uma relação com os museus e os lugares das férias, onde o aproveitamento do tempo é restrito. Enquanto uma instituição, por exemplo, encena a vida na Polinésia de forma imersiva para os turistas, o museu oferece conhecimento “armazenado” sobre a “história da humanidade”²⁹ – em que alguém pode mergulhar da mesma forma. Em contraste com os aldeamentos turísticos de entretenimento volátil, mas sólido, os museus tratam do desenvolvimento a longo prazo e da integração dos diferentes grupos-alvo (veja abaixo).

No que diz respeito à seção do tempo, eu gostaria de ir um passo adiante em Foucault e apresentar a tese de que um museu com tal peculiaridade, é um outro-lugar³⁰ especial para experiências educacionais (*Bildungserlebnisse*) e como repositório de conhecimento e comunicador sempre com seus ritmos de tempo não-usuais seguido não só em relação à compilação de suas coleções, como também no espetáculo público das coisas. Horários diários regulares com um dia de descanso, são fenômenos do século XX. No entanto, no século XIX, arte e curiosidades e até museus podiam ser visitados por meio de agendamento ou com convite pessoal.³¹ A atual definição do ICOM, do ano 2006 diz:

²⁹ *Ibidem*, p. 44.

³⁰ O termo “outro local” usei a partir do artigo de Christina Costanza, 2013.

³¹ Apesar de horários regulares que concedem o acesso a muitos visitantes e, com isso, a importância de um museu pode ser detectada também pela estatística de visitação, atualmente cada museu preserva-se por várias razões antes de variar espontaneamente os horários de abertura e fechamento. Sob a pressão de ganhar dinheiro por si próprio, muitos museus alugam suas instalações para eventos especiais – que por sua vez podem ter um impacto sobre os horários de abertura. Para a supremacia do uso temporal das salas, um museu reserva para si o espaço e também não tem que publicar previamente no site. Não há recomendações políticas contrárias, assim em geral, um(a) diretor(a) decide em que momentos e de que forma um museu deve oferecer exposições e suas coleções para o público.

Um museu é uma organização sem fins lucrativos, estável a longo prazo, aberto ao público e a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, as evidências tangível e intangível das pessoas e de seu ambiente adquiridos para fins de estudo, educação e experiência, preservação, pesquisa, que dá a conhecer e expõe.³²

Mesmo que o conceito de “memória cultural” não seja especificado explicitamente nesta definição, a anglicista e estudiosa da cultura Aleida Assmann vê uma conexão direta entre isso e a educação “Bildung” como um movimento cultural da burguesia no século XIX. Na perspectiva de Assmann:

Bildung... nada mais é... do que a participação individual na memória cultural e apropriação individual da memória cultural³³ – o que levou à criação não só de muitas sociedades históricas e patrimônios, mas também à desenvolver hoje uma paisagem diferenciada para o museu. De acordo com Assmann, a lei fundamental de toda a vida é o esquecimento. Lembrar, ao contrário é sempre improvável e requer certos esforços e meios de comunicação.... Em todas as culturas foram inventadas sistemas seguros contra [a] ideia de um rastejante esquecimento universal... diferentes formas de armazenamento e transmissão [foram] inventadas para o conhecimento... que as respectivas sociedades consideram insubstituível para a expressão e continuação de sua identidade cultural.³⁴

Ambos, rituais e recitações em tradições orais, assim como textos e imagens, etc. em culturas letradas foram usados como mídia de armazenamento. No entanto, afirma Assmann, este último foi o material que permanece em uma sociedade, que também pode ser encontrado nas coleções de um museu, como prova de um certo passado e como tais podem ser lidos novamente – porém, completamente separados da memória viva do presente.³⁵

Assmann distingue entre duas dimensões da memória cultural: a memória de armazenamento (em termos de pura escolha, preser-

³² <<http://www.icom-deutschland.de/schwerpunkte-museumsdefinition.php>>; acesso em 30 de outubro de 2013. Ênfase acrescentada pela autora.

³³ Assmann, 2004, p. 6.

³⁴ *Ibid.*, p.23-24.

³⁵ *Ibid.*, p. 24.

vação e catalogação³⁶) e a memória de função. Esta é caracterizada por “seleção, estreitamento e valorização imobiliária, apropriação e mediação de volta às memórias individuais por parte das instituições de canonização, educação e execução pública de cultura... com a pretensão de sempre novas representação, exposição, leitura, interpretação, confronto”.³⁷ As duas dimensões da memória estão estreitamente relacionadas entre si de acordo com a forma e Assmann afirma que, a estrutura da memória cultural, que consiste de uma tensão entre lembrado e esquecido; consciente e inconsciente; evidente e latente – o que faz com que resulte em mutabilidade e fragilidade.³⁸ É um processo constante de negociação ao nível da função de memória entre as partes – porque nada permanece de uma vez por todas como prova da única coisa certa, sem contravérsias.

A disseminação dos meios modernos de comunicação, incluindo tanto os impressos (jornais, cartazes, panfletos), eletrônicos (rádio, televisão) e, desde a década de 1990, especialmente os serviços em rede de Internet contam como consequente democratização progressiva do conhecimento e levaram ao acordo operacional individual e coletivo “cada vez menos verticalmente imposto de cima e cada vez mais em uma base horizontal entre atores diferentes”.³⁹

Compromissos são [agora] criados menos em longo prazo e, mais importante, nunca subtraídos à discussão e à crítica.⁴⁰

O conceito ocidental de *Bildung* (educação), originalmente um epítome da cultura impressa (Era do livro)⁴¹ ligado a uma assim chamada elite da alta cultura deve expandir-se e desenvolver-se como técnica de cultura em um novo padrão. Isso deve permitir que as pessoas receptoras de esvoaçante imagens e sobrecarga de

³⁶ *Ibidem*, p. 24.

³⁷ *Ibid.*, p. 24-25.

³⁸ *Ibid.*, p. 27.

³⁹ *Ibid.*, p. 27-28. Acrescentado pela autora: “No momento, a revolução eletrônica atingiu o seu pico, porque o computador – desktop, laptop, notebook – são os nossos companheiros constantes e a internet nosso meio preferido para o armazenamento, processamento e disseminação de informações” (Carr, 2012, p.128).

⁴⁰ Assmann 2004, p. 28.

⁴¹ *Ibid.*, p. 30.

informação (Idade Mídia) escolham ativamente informações – a fim de evitar a experiência de ser vítimas daquelas.

Um cânone unificador da educação não existe mais – o papel hegemônico da educação (= cultura dominante) é dissolvido em favor das subculturas coexistentes.⁴²

Para Assmann, *Bildung* é algo projetado no futuro por um lado individualmente por outro lado, é reforçado por texto, memória e comunidades de comunicação (*Heritage Communities*, ver abaixo) indica como bases de conhecimento comum que se comunicam com o outro no intercâmbio de experiências estéticas, permite que experiência e conhecimento fluam juntos conectados em um reforço conjunto da sua independência intelectual.⁴³

A curta e pioneira afirmação de que “futuro precisa de origem”⁴⁴ do filósofo Odo Marquard foi completada por Assmann para a educação, sendo que o futuro não pode ser separado do passado.⁴⁵ Neste contexto, os museus desempenham um papel importante com suas coleções de diversos objetos históricos e contemporâneos. Um interesse sustentado no conhecimento do patrimônio dos museus pode, por exemplo, ser uma chave importante para a experiência de formação biográfica (*Bildungsbiographisch*).

Um interesse sustentado no conhecimento do museu como patrimônio pode ser desencadeado, por exemplo, por uma formação biográfica como importante experiência chave⁴⁶, ou seja, uma experiência educacional e aprendizagem que será acionada ao longo da vida, motivando ainda mais trabalho. Experiências educativas não são planejadas ou organizáveis. Assim como experiências de sorte são aquelas imprevisíveis, que muitas vezes ocorrem de forma inesperada.⁴⁷ Elas roubam uma pessoa no verdadeiro sentido da palavra. Isto se cumpre pela intensidade da experiência e do conhe-

⁴² *Ibid.*, p. 33.

⁴³ *Ibid.*: p. 32-33.

⁴⁴ Odo Marquard, 2003.

⁴⁵ Assmann, 2004, p. 34.

⁴⁶ Rittelmeyer, 2012.

⁴⁷ Agradeço ao biólogo e filósofo Mathias Gutmann para a referência à experiência da felicidade e comparabilidade com uma experiência educacional (entrevista pessoal em 23 de outubro de 2013).

cimento, juntamente com o conhecimento simultâneo da memória futura do momento social da divulgação.⁴⁸ Como o cientista da educação Christian Rittelmeyer resumiu a partir de sua análise de muitos romances e descrições de formação pessoal dos processos educativos, tais eventos principais são cruciais para o *follow-up* de interesse despertado uma vez na aprendizagem e que continua se formando. Segundo Rittelmeyer é o que o

Conceito de educação (Bildungsbegriff) não é realmente um termo⁴⁹..., mas a designação de um complexo padrão cognitivo e emocional, ético e também de orientação corporal⁵⁰...

de grande ambiguidade, que é ideal para um movimento e, ao mesmo tempo, se torna motivo sempre dinâmico e evolutivo do design em sua própria prática de vida.

Questões de educação são sempre também questões de sua própria vontade de vida (*Willensleben*) para sua própria vontade de projetar sua própria biografia.⁵¹

O grande desafio para os museus é o de oferecem aos(às) visitantes tantos momentos da divulgação de conteúdo diferente no contexto das coleções com o objetivo de levantar experiências educativas de impacto duradouro.

As formas tradicionais de mediação foram métodos frontais face-a-face, que desde a década de 1970, tornaram-se mais interativas, envolvendo todos os sentidos que mudaram a própria experimentação ativa *in situ* (por exemplo, métodos *hands-on*, com o uso de monitores e acesso à Internet). Até hoje, quatro tipos de aprendizagem são ainda considerados: ouvindo, cerca de 20%; vendo de 30% a 50%; vendo e ouvindo; vendo, ouvindo e discutindo 70% e apenas para ver, ouvir, discutir e fazer por si próprio 90%

⁴⁸ Agradeço a historiadora de arte Gabi Dolff-Bonekämper para relatar sua abordagem em momentos da distribuição (entrevista pessoal em 24 de outubro de 2013). “Momentos de divulgação” em inglês “momentos memoráveis” Dolff-Bonekämper, 2011.

⁴⁹ O conceito alemão *Bildung* não pode ser traduzido para outras línguas por causa de sua ambiguidade e por isso é geralmente mantido. Rittelmeyer, 2012, p.13.

⁵⁰ Rittelmeyer 2012, p.8. Neste momento, gostaria de agradecer Christian Rittelmeyer por seu apoio durante anos e por muitas conversas inspiradoras.

⁵¹ *Ibid.*, p. 85. Ênfase no original.

das informações oferecidas serão lembradas posteriormente.⁵² O conhecimento destes tipos de aprendizagem flui também para lidar com as mídias digitais. Especialmente desde que a Web 2.0 (desde 2005) está em rede, os interessados podem participar ativamente nos eventos do museu. A gravação digital e a publicação de coleções, por exemplo, permite o acesso mundial aos objetos.

Os(as) usuários(as) podem não apenas estudar as coleções de forma independente e fazer comentários sobre objetos individuais, como, quando necessário, podem também montar suas visitas às exposições digitais. Os membros das chamadas comunidades de origem (*source communities*), descendentes de produtores(as) de objetos históricos em coleções de museus etnográficos, podem agora informar sobre os objetos de seus ancestrais, definir outras histórias e interpretações, contribuindo assim para uma diversidade de vozes em nova contextualização.

A comunicação digital dos museus, além disso, proporciona em seus sites maior transparência sobre as instituições e as suas ofertas específicas; livro de visitas; coleta de sugestões, projetos e eventos⁵³ pode ser um custo-benefício aplicado em tempo hábil de longo alcance e com recursos de financiamento público a serem captados.⁵⁴ Ao contrário dos aldeamentos turísticos (assim) é atualmente em museus, ao lado de grupos-alvo acessíveis localmente no desenvolvimento a longo prazo das comunidades do Patrimônio, que de

⁵² <<http://www.philognosie.net/index.php/article/articleview/163/>>; acesso em 03 de novembro de 2013.

⁵³ Por exemplo, a publicação de 2003-2009 do *Museum der Weltkulturen* em Frankfurt am Main em formato Web 1.0 o *E-Zine: Journal Ethnologie* como plataforma interdisciplinar para ciências preparado para artigos científicos populares nas áreas de Museu e da Universidade; bem como para os museus, o que poderia anunciar nacionalmente por suas exposições aqui. (ver também Rein 2003, p. 163. <<http://journal-ethnologie.de/Deutsch/index.phtml>>; acesso em 03 de novembro de 2013. Desde 2013, o Museu oferece no Web 2.0 sua primeira rede interativa para o intercâmbio científico e artístico sob o nome de: „Weltkulturen-Openlab” em Gottwal, 2013. <<http://www.weltkulturen-openlab.com/>>; acesso em 03 de novembro de 2013. Sem mencionar o uso de várias ofertas de mídia social e redes de museus com as opções associadas, deve-se notar neste ponto que a maioria dos museus até agora não tem treinado adequadamente o pessoal para as exigências constantes de cuidados com a qualidade e das propostas que poderia atender.

⁵⁴ Assim, por exemplo, recolhe atualmente o museu histórico frankfurt para financiar o projeto de exposição “Cidade laboratório entrar nas muralhas” (de 5,00 até 5.000,0 Euros) em: startnext.de / cidade laboratório. Mais informações estão disponíveis em: [www.startnext.de / cidade de laboratório](http://www.startnext.de/).

acordo com a Convenção de Faro (Europarat EUR 2005)⁵⁵, para se identificar continuamente com o património cultural do museu, e participar de sua autoridade interpretativa e, portanto, querer ser envolvido na criação de uma “mais-valia cultural”⁵⁶, uma ‘comunidade património’

é nada mais e nada menos que uma comunidade de pessoas que sentem certa pertença do património cultural, o que eles querem receber e transmitir... [e] é onde a herança não é lugar ou Estado, respectivamente, definido... Os herdeiros não são iguais, quer profissionais ou amadores, residentes ou visitantes, autores e leitores, especialistas ou amadores. Nenhum deles tem plena autoridade para interpretar. A comunidade património é heterogênea, certamente discordam em muitas coisas, mas estão unidas para abordar a obra com que ela se constrói.⁵⁷

Sem limite de acesso, a comunidade património está aberta no tempo e no espaço e, em contraste com outros legados, a parte da herança, é uma apropriação do espírito sem direitos de propriedade, que através da expansão se enriquece ao invés de diminuir.⁵⁸ O uso das mídias sociais oferece muitas oportunidades, mas também perigos em termos de entrega concentrada de experiências de educação e o projeto consciente de museu mundos do conhecimento.⁵⁹

O uso das mídias sociais oferece muitas oportunidades, mas também perigos em termos de uma entrega concentrada de experiências de educação e do conhecimento consciente do museu mundos do saber. De acordo com o autor e jornalista de negócios Nicholas Carr:

⁵⁵ <<http://conventions.coe.int/Treaty/EN/Treaties/Html/199.htm>>; acesso em 25 de outubro de 2013. Artigo 2b: “a comunidade herança consiste de pessoas que valorizam aspectos específicos da herança cultural que desejam, no âmbito da ação pública, manter e transmitir para as gerações futuras.”

⁵⁶ Dolff-Bonekämper, 2008, p. 236.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 239. Ver também Rein, 2010.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 239. Artigo 4a da convenção: “todos, individual ou colectivamente, tem direito a se beneficiar do património cultural e contribuir para o seu enriquecimento.”

⁵⁹ Tradicionalmente, a instituição do museu tem organização hierárquica “*top down*” e um(a) diretor(a) / é nominalmente responsável por tudo que acontece na respectiva casa e que deve ser publicado. A integração de meios de comunicação social de tal estrutura “*top-down*” envolve um potencial revolucionário, uma vez que aqueles só trabalham para uma estrutura “*bottom-up*” onde cada um tem permissão para entrar e decidir.

Muitos estudos... têm mostrado que nossa carga cognitiva pode aumentar já substancialmente ao alternar entre apenas duas tarefas. Nosso pensamento é prejudicado, e aumenta a probabilidade de que nós negligenciemos informações importantes interpretando erroneamente.⁶⁰

Ele também se referiu à Internet como:

por natureza, um sistema de interrupção, uma máquina para distração e redução da atenção⁶¹... Toda vez quando nossa atenção está em outra coisa, nosso cérebro tem que se reorientar e faz uso dos nossos recursos intelectuais... O cérebro precisa de tempo para se ajustar a uma nova meta para lembrar as regras que exige esta nova tarefa, e se afastar da interferência cognitiva anterior, das atividades e efeitos contínuos. O que... decidir o que lembrar e o que esquecer? A palavra-chave no contexto de consolidação da memória é a atenção. Guardar certas memórias e, tão importante, fazer conexões entre elas, exige uma forte concentração que pode ser suportada pela repetição ou intenso compromisso intelectual e emocional. Quanto maior a atenção, mais clara a memória.⁶²

Estas declarações confirmam as minhas experiências durante a ação *Tweetup* para IMT13 – infelizmente, apenas os cliques foram contados e não as memórias de longo prazo dos twitteiros na própria exposição.⁶³

No futuro, será tarefa dos museus perceber o seu potencial criativo do quadro de educação possível e fazer experiências conscientes.⁶⁴ O inconsciente está rastejando sobre cada vez mais tempo e acelerando as estruturas, a ação global pós-moderna deve ser percebida e finalizada conscientemente pelos museus.⁶⁵

⁶⁰ Carr 2013, p. 210.

⁶¹ *Ibid.*, p. 208.

⁶² *Ibid.*, p. 302.

⁶³ Greisinger (e-mail de 06 de novembro de 2013).

⁶⁴ Veja Rein, 2012. Como exemplo recente de uma exposição de sucesso, com muitas oportunidades de aprendizagem prática e uma diversidade interessante de vozes, eu gostaria de mencionar a exposição na Linden-Museum Stuttgart: "Inca. os reis dos Andes." (de 12 de outubro de 2013 a 16 de março de 2014). <<http://www.lindenmuseum.de/sehen/mediathek/inka-koenige-der-anden/>>; acesso em 10 de novembro de 2013.

⁶⁵ Relacionada com a aceleração do uso contínuo das mídias sociais, o *Slow Media Movement*, desde por volta de 2002 representa um contra-movimento, desde 2009 encontra este movimento, o

Como outros-lugares conceituais, os museus deveriam fornecer às comunidades espaços e tempos do museu para o conhecimento concentrado aos desafios e ao uso responsável das mídias sociais, para preparar e treinar.⁶⁶ O desenvolvimento da mídia digital oferece a todos os participantes, desde já, muitos aspectos, um conhecimento controlado e divertido. Com a extensão de exposições em exibição em um dispositivo móvel, um nível pode ser alcançado usando imagens de vídeo do ambiente real em tempo real que são definidas com informações adicionais (Augmented Reality [AR]).⁶⁷ Através de uma combinação de mundos virtuais com AR, como o exemplo de uma viagem à Idade da Pedra na Bienal Internacional de Cenografia 2013⁶⁸, apresentada pela primeira vez, pode, por exemplo, ser projetada no meio de um vídeo-óculos a reconstrução digital de um Património Mundial da UNESCO para uma experiência em tempo real (tempo de 3D-trip) com informações adicionais (AR) para um ambiente virtual de aprendizagem.⁶⁹ Permanece o desafio de uma fusão fisicamente explorável dos mundos real e virtual.⁷⁰

Da mesma forma, os aspectos de uma *Agency*⁷¹ das coisas de museu (assim como os óculos de vídeo) devem ser deixadas para uma análise mais aprofundada de seu impacto sobre as percepções dos(das) visitantes.

que pode resultar por abstinência consciente da mídia digital em uma maior atenção em público (Costanza, 2013).

⁶⁶ Programas comparáveis estão sendo preparados no Museu de Comunicação de Nuremberg. Agradeço ao historiadora de arte Marion Grether pelas muitas conversas estimulantes (comunicação oral em 29 de outubro de 2013).

⁶⁷ <<http://blog.culture-to-go.com/mediathek/augmented-reality-im-museum/>>; acesso em 05 de novembro de 2013.

⁶⁸ <<http://www.sceno-biennale.com/index.php?id=3381>>; acesso em 10 de novembro de 2013.

⁶⁹ O projeto interdisciplinar “Viagem ao tempo da pedra” de cinco estudantes de mestrado Esther Bartkowski, Sophia Ludwig, Jurgen Otterbach, Jonathan e controle de Marco Wassmer do Departamento de Arquitetura e Design HTWG de Konstanz é uma viagem virtual em 3D através do tempo para mundos antigos de palafitas no lago *Bodensee*. O conhecimento está lá, ao invés de, em contraste com exposições tradicionais, entre os visitantes sobre suas próprias ações. Os dados conhecidos sobre o passado são reproduzidos em realidade virtual e com a ajuda da *Augmented Reality* oferece uma experiência imersiva. Os(as) visitantes terminam a visita entrando em um quarto desconhecido onde devem explorar mais informações auto brincalhonas. Mais informações em: steinzeitreise@web.de. Agradeço aos alunos por esta informação. Os meus agradecimentos vão para a historiadora de arte Céline Kruska por apontar isso.

⁷⁰ Os meus agradecimentos vão para a historiadora de arte Céline Kruska por apontar isso.

⁷¹ Harrison (et al), 2013.

Contra o pano de fundo de suas coleções estão os museus como reservatório de gama infinita de produtos tangíveis e intangíveis da história da humanidade e do presente disponível, concebido com a ajuda daqueles que criam vida e oferecem experiências educacionais inspiradoras. Para eles as comunidades património deveriam permitir lidar com consciência com os desafios do mundo real e virtual.⁷²

REFERÊNCIAS

ASSMANN, Aleida. *Das Kulturelle Gedächtnis an der Milleniumschwelle. Krise und Zukunft der Bildung*. Konstanzer Universitätschriften, Konstanz: Universitätsverlag Konstanz, 2004.

CARR, Nicholas. *Surfen im Seichten. Was das Internet mit unserem Hirn anstellt*. Munchen: Pantheon Verlag, 2012.

COSTANZA, Christina. „Zeiterfahrung und Zeitgestaltung im Social Web. Beschleunigung oder Slow Media?“ In: *Deutsches Pfarrerverblatt*. Heft 7/2013 <www.pfarrerverband.de/pfarrerverblatt/dpb_print.php?id=3409> (Acesso 23.10.2013).

CZERSKI, Piotr. „Wir, die Netz-Kinder.“ *Zeit-Online*, 23.03.2012 <<http://www.zeit.de/digital/internet/2012-02/wir-die-netz-kinder/komplettansicht>> (Acesso 23.10.2013).

Dolff-Bonekämper, Gabi. „National – regional – global? Alte und neue Modelle gesellschaftlicher Erbekonstruktion.“ In: *Acta Historiae Artium, Tomus 49*. 235-241, 2008.

DOLFF-BONEKÄMPER, Gabi. “Memorable Moments -Chosen Cultural Affiliations.” In: Blaive, Muriel; Christian Gerbel; Thomas Lindenberger (Hg.). *Clashes in European Memory. The Case of Communist Repression and the Holocaust*. Innsbruck [et al]: Studien-Verlag. 143-153, 2011.

⁷² Agradeço ao etnólogos Reiner Zapf e ao egiptólogo Heinz Felber pelos muitos anos de apoio e os comentários críticos e mais sobre o texto.

DOLFF-BONEKÄMPER, Gabi. “*The social and spatial frameworks of heritage – What’s new in the Faro Convention?*” In: Council of Europe Publishing (Hg.). *Heritage and Beyond*. Strasbourg: Council of Europe Publishing – Éditions du Conseil de l’Europe. 69-74, 2009.

FOUCAULT, Michel. “Andere Räume.” In: *Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*. Barck, Karlheinz u.a. (Hg.), Leipzig: Reclam Verlag. 34-46, 1990.

GOTTWALS, Gernot. “Die Fliegenmaske aus Angola geht online.” In: *Frankfurter Neue Presse*, 09.06.2013. <<http://www.fnp.de/nachrichten/kultur/Die-Fliegenmaske-aus-Angola-gehtonline;art679,557803>>; acesso em 02 de novembro de 2013.

GREISINGER, Sybille. “Legendär! Die 13. Mai-Tagung. Bonn 23./24.5.2013.” In: *Museum heute* 44. 76-80, 2013a.

GREISINGER, Sybille “#IMT 13. Der Internationale Museumstag 2013 in den Sozialen Medien.” In: *Museum heute* 44. 87-90, 2013b.

HARRISON, Rodney; Sarah BYRNE, Anne CLARK (Hg.). *Re-assembling the Collection. Ethnographic Museums and Indigenous Agency*. Santa Re: SAR Press, 2013.

MARQUARD, Odo. *Zukunft braucht Herkunft. Philosophische Essays*. Ditzingen: Reclam Verlag, 2003.

REIN, Anette. “Fremd gehen – anders sehen. Museum der Weltkulturen. Ethnologie zwischen Schule, Universität und Museum.” In: Hg. Kraus Michael & Mark Munzel, *Museum und Universität in der Ethnologie*. Marburg: Curupira Workshop. 155-172, 2003.

REIN, Anette. “What is a museum – a collection of objects or a network of social relationships?” In: *MUSEUM AKTUELL* 174. 45-52, 2010. <<http://www.bundesverband-ethnologie.de/kunde/assoc/15/pdfs/Rein-2010-What-is-a-museum...0001.PDF>> (Acesso 04.11.2013).

REIN, Anette. “Competences and responsibilities of ethnographic museums as global actor.” In: *Ethnolog* 22. 193-213, 2012. <<http://>

www.bundesverband-ethnologie.de/kunde/assoc/15/pdfs/REIN-2012-Competences-and-Responsibilities.pdf> (Acesso 04.11.2013).

REIN, Anette. "Three seconds and the instant experience of Presence! Presenting contemporary issues and aspects of participation in museums." In: *MUSEUM AKTUELL* (no prelo).

RITTELMEYER, Christian. "Schule – Lehranstalt oder Bildungslandschaft?" Vortrag in der Gesellschaft für Bildung und Wissen. 02.04.2012 <<http://bildung-wissen.eu/fachbeitraege/schule-lehranstalt-oder-bildungslandschaft.html>> (Acesso 01.11.2013).

RITTELMEYER, Christian. *Bildung. Ein pädagogischer Grundbegriff*. Stuttgart: Kohlhammer, 2012.

URCHS, Ossi; Tim COLE. *Digitale Aufklärung. Warum uns das Internet kluger macht*. München: Hanser Verlag, 2013.