

## **Ciberespaço: um possível caminho para o patrimônio cultural. O caso do Museu do Alto Sertão da Bahia<sup>1</sup>**

Zamana Brisa Souza LIMA<sup>2</sup>  
José Cláudio de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Universidade de Federal da Bahia, Salvador, BA

### **Resumo**

Este artigo busca expor a posição que ocupa as instituições museológicas frente às mudanças de paradigma comunicacional provocadas desde as primeiras iniciativas de informatização social até a popularização do uso da rede na perspectiva cibercultural, na qual há um explícito convite a produzir e consumir tecnologia. Nesse sentido, e tendo como base o Museu do Alto Sertão da Bahia (MASB), busca-se refletir sobre a importância de aproximar este museu das novas TIC's, e, por meio da teoria de modos de existência, entender a função social de um museu presencial (ou MP) e de um museu virtual (ou MV) já que a sociedade atual encontra-se intimamente ligada a tais tecnologias.

**Palavras-chave:** cibercultura; tecnologias da informação e comunicação; museus; Museu do Alto Sertão da Bahia.

### **Introdução**

As novas tecnologias da informação e comunicação (TIC's) estão presentes, atualmente, em grande parte dos objetos utilizados pela sociedade cada vez mais informatizada. Esse processo de informatização e desenvolvimento tecnológico, mais especificamente a tecnologia da informação, gerou profundas mudanças desde o grande processo tecnológico iniciado nos anos 1970, contemplando a popularização da Internet nos anos 80 até chegar à acessibilidade do uso de aparelhos móveis.

Segundo Castells (2005), as mudanças iniciais mais nítidas ocorreram no final do segundo milênio da Era Cristã. Mudanças históricas, sociais, econômicas e até geográficas ocorreram neste período que, marca também, as transformações tecnológicas ao destacar o potencial uso das redes. Desde então “as redes interativas estão crescendo exponencialmente,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia, GP Cibercultura, no XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do curso de Museologia da FFCH-UFBA, email: [zamanabrisa@hotmail.com](mailto:zamanabrisa@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Museologia da FFCH-UFBA, email: [claudius@ufba.br](mailto:claudius@ufba.br).

criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela.” (CASTELLS, 2005, p.40)

Essas redes, citadas por Castells, são vistas por Lemos (2013) não apenas como uma conexão e sim uma composição. É o movimento das várias associações, sócias ligadas em redes, fazendo com que o espaço e o tempo façam parte do que se constitui no movimento e circulação das associações. Assim, a rede é o que o autor chama de “espaço-tempo”, um movimento associativo que forma o social, no qual todas as ações constituem as redes.

Essa relação social de associações é tão pertinente ao discurso da cibercultura, que chega ao ponto de a *media* poder ser considerada uma extensão do homem, como afirma Lemos (2013). E não é de se pasmar que os museus, enquanto *media*, também tenham sido impactados com as mudanças sociais. Então, é naturalmente aceitável que, sendo *media*, o museu tenha passado por muitas transformações até que pudesse alcançar públicos variados e cada vez mais amplos e, conseqüentemente, atender a uma demanda do próprio homem.

Tais transformações partem do princípio de que o museu é, assim como outras instituições, uma maneira de compreender e atender as demandas sociais que perpassam por caminhos que envolvam a pesquisa, educação, comunicação e ações sociais, como pondera Oliveira (2012):

Os museus, tomados como “categoria de mídia”, não podiam deixar de se expor às crises nos momentos de guerra e conturbações sócio-econômicas, principalmente após a Segunda Guerra Mundial. A partir da década de 1960 eles foram atingidos por críticas radicais e movimentos de protestos, em vários países, em favor da democratização das instituições políticas, educativas e culturais. Foi daí que se iniciou um processo de transformações substanciais nos museus, tendo o público como centro de suas preocupações. (OLIVEIRA, 2012, p.2)

O resultado das reestruturações sociais acabou por formar uma sociedade que se apropriou das ferramentas tecnológicas de tal modo, que as práticas cotidianas consomem e produzem tecnologia sem, *a priori*, permitir ao usuário, estabelecer relações reflexivas com os objetos utilizados, e sim relações automáticas e, às vezes, condicionadas. Sobre isso, Lemos (2013) mostra que a cultura digital está presente em quase todas as ações cotidianas:

Para quem ainda não está convencido das transformações da cultura digital, é recomendável parar e pensar um pouco nas suas ações diárias: você acorda e pega logo o celular, vê se ele te avisa de algo, uma ligação perdida, um SMS, um alarme de agenda... Se ele não te manda fazer nada, você checa os e-mails enquanto toma café, vê que vai ter que alterar

a agenda e desfazer compromisso. Liga o tablet, lê as informações pelos serviços de informações criados por algoritmos agregadores (e não por humanos) como Google Reader, Feedly, Flipboard, entre outros, ou baixa os jornais e revistas eletrônicos no seu e-reader e, da leitura, replica algumas das informações nas redes sociais cujos serviços, vão, automaticamente, fazer chegar essas notícias aos seus contatos (Twitter, Facebook, Pinterest...). Depois aproveita o embalo e vai se inteirar da vida dos amigos próximos (e dos não tão próximos) no Facebook ou no Instagram e, antes de sair de casa com o carro, ou para pegar o transporte público, lança o aplicativo Waze para ver as condições do trânsito, mudando a rota, se necessário. (LEMOS, 2013, p.20 e 21)

Essa perspectiva de consumo e produção tecnológica contemporânea determina, de certo modo, um achatamento nos conceitos de sujeito e objeto numa relação em que o sujeito faz coisas e o objeto também, numa espécie de simetria generalizada na qual tudo e todos fazem parte de um ou mais processos e redes associativas e interativas. Além de Lemos, estudiosos como Lévy (1999a) também tratam dessa simetria:

As máquinas são feitas por homens, elas contribuem para formar e estruturar o funcionamento das sociedades e aptidões das pessoas, elas muitas vezes efetuam um trabalho que poderia ser feito por pessoas como você ou eu. Os dispositivos técnicos são, portanto realmente atores por completo em uma coletividade que já não podemos dizer puramente humana, mas cuja fronteira está em permanente redefinição. (LÉVY, 1999a, p. 137)

Talvez a simetria originada no achatamento de conceitos seja um dos empecilhos que ainda separam o modo de fazer tecnológico (predominantemente virtual) e o mundo museológico. A difusão maciça das novas TIC's e as milhares possibilidades potenciais geradas pela *web* realçam ainda mais a mudança estrutural da sociedade, do sujeito e do objeto.

Porém, o fato de essa simetria existir e atribuir historicidade, tanto ao sujeito, quanto ao objeto, não significa afirmar que não haja produção ou acesso ao conhecimento. Ao contrário, essa relação de achatamento ou nivelamento poderá permitir e contribuir para que o sujeito se sinta parte tão integrante do processo, que aumente o sentimento de pertencimento em relação a um fato ou objeto museal, patrimônio cultural ou memória social.

## O efeito da simetria na cibersociedade e no museu

Então, não fica difícil perceber que o potencial uso da rede de computadores se expandiu de tal modo que não é mais possível separar tecnologia de sociedade, incluindo o museu, tal qual parece ser infundado o dilema do determinismo tecnológico, como afirma Castells:

Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas. (CASTELLS, 2005, p.43)

Com isso, pensar na instituição museu categorizado como *media*, e no curso tecnológico que redefine as formas e modos da sociedade humana por meio das novas TIC's, é sugerir que haja uma possível maneira de inserir o patrimônio na rede. Mas, afinal, como definir o patrimônio em sua representação contemporânea e cibercultural?

Para Poulot (2001) a representação deste patrimônio parece fundamentar-se na falta de materialidade que surge a partir do que o autor chama de “memória viva e polifônica”. (POULOT, 2001, p. 98) Schiele (2002) afirma que “o patrimônio é o olhar” referindo-se à tríade entre olhar como o ponto de partida para as significações; e o tempo e espaço como compositores, recompositores ou decompositores de signos, símbolos e significados. (SCHIELE, 2002, p. 216) Já Scheiner (2004) afirma que “todo espaço, território, lugar, atividade humana ou produto desta atividade podem ser qualificados como patrimônio”. (SHEINER, 2004 p. 52)

Esses três autores parecem sintetizar o que preconiza o MASB, Museu de Território<sup>4</sup> sediado em Caetité - BA<sup>5</sup>, que surgiu em 2011, coletivamente e por diversos atores sociais (alunos de educação básica, comunidades quilombolas, universidade, instâncias do poder público municipal e estadual, associações de bairros, associações de comunidades rurais, dentre outros) que, juntos, optaram pela criação de uma instituição que valorizasse e comunicasse os valores e saberes de uma região específica.

Esse museu de território em seu plano museológico formatado por diferentes vozes, já mostra a preocupação em atender a uma demanda social bem delimitada, ao tratar de

---

<sup>4</sup>A vocação territorial desse museu foi se delineando a partir da constatação da ausência de instituições congêneres na região. Cabe destacar que essa tipologia dialoga fortemente com a política de organização dos Territórios de Identidade da Bahia, atuando nos denominados “Sertão Produtivo” e em parte do “Velho Chico”, aqui representado pelo município de Igaporã. (Plano Museológico MASB, p. 10, 2012).

<sup>5</sup>Caetité foi um dos primeiros povoados do Alto Sertão da Bahia. A hipótese mais aceita e divulgada é de que este lugar se constituiu um dos primeiros núcleos de povoamento da região. Localiza-se a 757km de distância da capital Salvador, cujo acesso se dá através da BA324. Atualmente, o município tem se destacado pelo potencial eólico em intensidade e frequência dos ventos (Disponível em: <http://www.caetite.ba.gov.br>).

território, cultura e patrimônio específicos. Então, essa instituição, em sua sede (geográfica), desempenha a função social de um museu presencial (MP), destinado a um público específico e demarcado, ao existir apenas numa estrutura física que não ultrapassa os núcleos museológicos espalhados em diferentes municípios.

É claro que a vocação territorial do MASB já mostra uma preocupação em se adequar à sociedade contemporânea ao se aceitar como forma museística dinâmica que se liberta do espaço físico da sede para, em núcleos, se tornar mais acessível aos seus diversos públicos.

Como então comunicar esse patrimônio de modo a conquistar novos públicos para além do alto sertão da Bahia, entendendo que a sociedade contemporânea se constitui de experiências de conexões que, ainda hoje, perpassam pelas novas TIC's? Sobre esse questionamento Scheiner (2004) pondera que:

Neste cenário atravessado de mudança, pelo estilhaçamento e pela indeterminação e onde tudo se desloca, tornando quase impossível definir sujeitos nítidos e papéis específicos, novas atribuições serão assignadas ao patrimônio. As novas tecnologias apontam agora para novas e inusitadas relações, definidas pelo ciberespaço – nova instância interacional entre as infinitas singularidades do individuo e o universo inumano da máquina. (SCHEINER, 2004, pg. 222)

Ora, se o ciberespaço surge como instância interacional oriunda das novas tecnologias, é justo que o museu, particularmente o MASB, esteja imbuído neste modo de comunicar tão infinito e singular. A ideia de ciberespaço dialoga com as múltiplas formas de explorar e trabalhar o patrimônio através das suas ações museais atentando-se, principalmente, para as relações que o próprio homem estabelece para si, seu meio e com os outros. Além disso, a questão do museu virtual não deve ser considerada em termos de existência e sim de significado, conforme Deloche:

Mas, obviamente, a questão do museu virtual não deve ser elevada em termos de existência - realidade ou utopia - mas em termos de significado. Como é que o conceito de museu virtual pode ser aplicado a ambos os museus institucionais, incluindo as perspectivas abertas pela transformação dos meios de comunicação a que estamos assistindo? Não é para discutir sobre uma suposta substituição do museu por proeza técnica, tão ingênua quanto futurista, que seria esse tipo de cibermuseo, mas sim entender como eles podem explorar as diversas manipulações de imagens - por exemplo, as tentativas de experimentar espaços

inteiramente inventados pelo homem.<sup>6</sup> [tradução livre] (DELOCHE, 2001, pg. 183)

A partir disso, fica então evidente que não deve haver um princípio de que o museu virtual (MV) deva ser o sinônimo de fim do MP. Ao contrário, o virtual pode ser inclusive uma maneira para que o MP seja também “visitado” na forma de MV no ciberespaço atrelado ao discurso do acesso democratizado, da mobilidade digital, possibilidade de criar, recriar e consumir tecnologia, e aos fluxos de informação e comunicação.

O que estudiosos como Lemos, Castells, Lévy, Scheiner e Deloche (2001) fazem é esclarecer, ou pelo menos, tentar não embaraçar conceitos e aplicabilidades concernentes à tecnologia e cultura digital. Isso, infelizmente, acontece com pouca frequência entre estudiosos de museus quando se trata de mundo virtual e o mundo museológico.

O que parece contribuir sobremaneira para esse embaraço é o fato de a museologia, *a priori*, não explorar na *web* o que tem em comum com a rede: comunicar - como característica genuína e intrínseca. Talvez essa relação, ou a falta dela, ganhe força na medida em que o MP é tratado no âmbito do real, e MV é tratado no âmbito do virtual obedecendo a uma lógica que tende à contraposição. Como se o MP fosse antônimo ao MV.

Esse embaraço antagônico pode ser esclarecido a partir dos diálogos entre essas duas categorias de museus que podem estar uma ao serviço da outra no que concerne a imagens com detalhes não vistos a olho nu, recriação de histórias e personagens a partir de hologramas, efeitos sonoros e aromáticos, documentação sensível, monumentos em versão 3D ou 4D etc. Sobre isso, Deloche (2001) pondera que o museu virtual é uma possível solução:

Não confunda o museu virtual com simples manipulação de suplentes, porque a base desta manipulação é o museu virtual e é também o que nos dá a possibilidade de incluir em uma possível solução para o problema da documentação sensível, produtos, novas tecnologias, web ou CD-ROM, ou seja, todas as novas imagens<sup>7</sup>. [tradução livre] (DELOCHE, 2001, pg. 189)

---

<sup>6</sup>Citação original: Pero, evidentemente, la cuestión del museo virtual no há de plantearse en términos de existencia – realidad o utopia – , sino en términos de sentido. Cómo es que el concepto de museo virtual puede aplicarse tanto a los museos institucionales, como a las perspectivas abiertas por la transformación de los medios de comunicación a la que estamos asistiendo? No se trata de debatir sobre una supuesta sustitución del museo por esa proeza técnica, tan ingenua como futurista, que sería esa especie de cibermuseo, sino más bien de entender cómo pueden entrar las distintas manipulaciones de imágenes – por ejemplo, los intentos de experimentación de espacios enteramente inventados por el hombre – em el marco de una reflexión sobre lo museal.

<sup>7</sup>Citação original: No hay que confundir el museo virtual con la simple manipulación de los sustitutos, porque en la base de esa manipulación está el museo virtual y también es el quien nos ofrece la posibilidad de incluir, como una solución posible al problema de la documentación sensible, los productos de las nuevas tecnologías, la web o el cederrón, es decir, todas las nuevas imágenes.

Lévy (2001) trata dessa questão de antagonismo entre o real e o virtual, e é categórico ao afirmar que é senso comum que o espaço virtual seja interpretado como o oposto do real e essa percepção popular pode estar intimamente ligada à falta de estreitamento de conexões entre o ciber, a museologia e o museu.

Não causa espanto toda a falta de consenso. Para que haja uma consonância, antes é preciso entender que lógica da rede não é a mesma lógica de uma museologia voltada para um MP. A rede pode estar a serviço de um MP ao aperfeiçoar o gerenciamento de dados em programas específicos, promover a instituição por meio de plataformas virtuais ao divulgar pesquisas, compartilhar imagens e ações institucionais, dentre outros. Porém, a lógica da rede aplicada a um MV não deve ter intenção de institucionalizar a informação, e sim comunicar a instituição, seu patrimônio, a memória social, seu acervo (seja este virtual ou virtualizado); o que significa afirmar que a instituição não precisa, necessariamente, existir fisicamente enquanto MP, para que exista na rede enquanto MV.

Nesse sentido, a rede pode e deve estar ao serviço de uma museologia e dos museus, porém sua aplicabilidade, prática e resultado variam, e devem adequar-se tanto para o MP, em vias de comunicação institucional, intimamente ligada ao museu no sentido físico e geográfico, tanto para o MV em vias de comunicação virtual intimamente ligada ao museu no sentido do ciberespaço.

### **Cibercultura e museus: proposta sobre seus modos de existência**

Ora, se a instituição museu sofreu inúmeras transformações para se tornar mais acessível, e se a rede propõe acessibilidade como um possível resultado, como então entender os fenômenos museais ou ausência deles na rede? E se o objeto museal provoca reações ao sujeito visitante do MP, como essa relação se estabelece na rede, mais especificamente no MV?

Antes de dissertar sobre esses questionamentos é necessário esclarecer de forma conceitual e didática que, neste artigo, cibercultura pretende ser entendida como um fenômeno que explica, ou tenta explicar, o tripé formado por sociedade, cultura e novas TIC's a partir dos fluxos de informação da rede; e a *media* museu não é estática e está longe de ter um padrão que possa ser considerado como o ideal, como pondera Teresa Scheiner:

Como fenômeno o museu é livre e plural: pode existir em qualquer espaço, em qualquer tempo. Inexiste, portanto, uma forma ideal de Museu que possa ser utilizada em diferentes realidades: o Museu toma a

forma possível em cada sociedade, sob a influência dos seus valores e representações. (SCHEINER, 2009, p.23).

Assim como o museu supracitado por Scheiner, a prática da cibercultura existe em qualquer tempo ao estar imersa num universo atemporal do ciberespaço. E exatamente por ser plural, e tomar forma de acordo com a realidade de cada sociedade, que de acordo com LLUSSÀ (2007):

Os museus viram o ciberespaço como um possível caminho para a divulgação de acervos e da própria marca do museu. Com isso surge um conceito de museu que decorre do nascimento de uma nova sociedade: a sociedade da informação, e da sua cultura. Estas se definem por uma mudança contínua que afeta todas as esferas da vida e, decorrentemente, também a uma mudança contínua do sentido e do valor. (LLUSSÀ, apud OLIVEIRA, 2007, p.2)

Importa, entretanto, refletir num conceito que possa, acima de tudo, ser entendido e não apenas respeitado como modismo eminentemente passageiro. E, para entender um conceito, é necessário saber qual é o seu modo de funcionamento e a razão pelo qual ele existe.

Para Latour (2012), para tudo e todas as coisas há um modo específico de funcionamento e, não se trata de respeitar diferenças, mas sim compreender esses modos. Trata-se de modos de acesso, modos de existência, assim denominados pelo autor. É entender o que está se passando e não o que passa. Isso seria como afirmar que o MV é um fenômeno e não um modismo, e que na rede há um modo de existência, um modo de ser próprio e fecundo que oferece possibilidades que, não necessariamente, devem ser idênticas às experiências e práticas dos MP's.

Assim, o sentido, ou melhor, o modo de existência do MP (“real”) não é igual ao modo de existência do MV, porém ambos podem dialogar sobre determinado patrimônio cultural, o fato museal, ou memória social, por exemplo. Cada um possui, dentro do seu modo de existência, o que Latour chama de rede de associações. Os meios de comunicar no MP são diferentes dos meios do MV, e não há razão para um anular o outro. Há, entretanto, vários motivos para se entender o modo de funcionamento desses dois meios que não pretendem, em nenhuma ocasião, determinarem entre si uma “relação de espelho” um para com o outro.

Também não se pode dizer que o MV é um modo de funcionamento do MP na rede. Ambos possuem separadamente o que Latour chama de “modo de felicidade”, como sendo uma maneira de ser entendida e não meramente respeitada. Possuem uma maneira própria



de funcionar e ter êxito e, por esta razão, não podem ser comparados, o que conseqüentemente, culmina em afirmar que os meios, reações e resultados de um MP não são os mesmos de um MV (2002), e não devem ser. É desaconselhável, de acordo com a proposta de Latour, pensar que o modo de funcionamento, existência e felicidade sejam iguais para “coisas” diferentes, como é o caso do MP e do MV.

Retomando as questões sugeridas anteriormente, se a instituição museu sofreu inúmeras transformações para se tornar mais acessível, e se a rede propõe acessibilidade como um possível resultado, parece ser de bom tom entender os fenômenos museais ou ausência deles na rede por meio da teoria dos modos de existência de Latour (2002). Talvez tais fenômenos tenham sido, até o momento, analisados de maneira comparativa e dispersiva, ao contrário de ter sido apenas compreendida em seu modo de ser na rede. É claro que não se pode ignorar as mudanças pelas quais passou a instituição museu, mas, por não ignorá-las, é que surge a necessidade de transformação que, no caso do MV, está passível ao acesso de todos.

Quanto ao questionamento sobre o objeto museal e sujeito visitante do MP e do MV, e sob a mesma égide teórica sobre os modos de existência, é desaconselhável afirmar que ambas terão o mesmo efeito, reação ou resultado. O MP provoca determinadas reações que, certamente, o MV não provocará e vice-versa.

Neste sentido, cabe à museologia tratar o patrimônio em sua organização de fluxos de comunicação, observando os modos de existência de um MP e de um MV, sem, contudo, ignorar as possibilidades múltiplas de relações humanas nestes dois “mundos” que não se opõem. Ao contrário, são muitas as maneiras de diálogos entre o MP e MV que podem até complementarem-se um em função do outro. Dessa forma, o patrimônio pode ser compreendido como interface entre duas formas de comunicação e, cada uma delas, possuem seus públicos, formas de difusão e operação específicas.

## **Conclusões**

O sentido, ou melhor, o modo de existência do MP (real) não é igual ao modo de existência do MV. Porém, ambos podem tratar e até dialogar sobre um fato museal, ou memória social, por exemplo. Cada um dentro do seu modo de felicidade e rede de associações próprias que possuem um público específico.

Parece, então, que as memórias, saberes e fazeres dos museus de determinada sociedade, especificamente do MASB, tem modos de funcionamentos na rede virtual diferente do modo de funcionamento na sede física ou em seus núcleos (MP).

Entendendo, e não apenas respeitando, o modo de existência dessas duas categorias de museu (presencial e virtual), é possível utilizar potencialmente o seu papel social ao explorar ainda mais seu eminente caráter de comunicar, de modo a conquistar públicos diversos e heterogêneos.

Com isso, não se pretende propor uma aniquilação ou nivelamento entre a experiência do sujeito no MP e no MV. Não se trata de ignorar que há uma diferença entre essas duas experiências, trata-se de entender o modo de existência da Museologia aplicada ao real e aplicada à realidade virtual.

O caráter comunicacional do patrimônio do MASB pode encontrar no ciberespaço, enquanto uma versão de MV, as ferramentas necessárias para comunicar através do digital de modo a explorar os novos *media*, numa perspectiva de unir as novas TIC's a um *mix* de mecanismos de publicidade, propaganda, marketing e relações públicas, e, ainda, dialogando com o MP.

Mais ainda, o MV do MASB pode ser um convite para que o MP seja visitado. Assim, um museu de vocação territorial poderá ser comunicado no território atemporal do ciberespaço, democratizando o acesso.

Esses dois modos podem dialogar entre si. Mas jamais serão iguais na prática. Há de se refletir, inclusive, sobre Museologia aplicada ao MP e Cibermuseologia aplicada ao MV. Seria como categorizar para o melhor entendimento do modo de fazer em prol do patrimônio, da memória social e do sujeito.

## Referências

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Volume I; 8 edição revista e ampliada; tradução de Roneide Vanancio Majer com colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

DELOCHE, Bernard. **El museo virtual**. Tradução Lourdes Pérez. Ediciones TREA, S. L., 2001.  
\_\_\_\_\_. **El patrimonio imaterial**. Disponível em: [http://icofom-lam.org/files/14\\_deloche\\_patrimonio\\_inmaterial.pdf](http://icofom-lam.org/files/14_deloche_patrimonio_inmaterial.pdf). Acesso em 26 de junho de 2014.

LATOURET, B. **Enquête sur les modes d'existence**. Une anthropologie des modernes. Paris: La Découverte. 2012.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: 34. 1999a.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999b.

\_\_\_\_\_. **O que é virtual**. Coimbra: Quarteto, 2001.

OLIVEIRA, J. “O Museu na Era do Ciberespaço”. In: **Ciberlegenda, 2007**. Universidade Federal da Bahia. Bahia, Brasil. Disponível em: [www.uff.br/ciberlegenda/artigojoseclaudiofinal.pdf](http://www.uff.br/ciberlegenda/artigojoseclaudiofinal.pdf). Acesso em 20 de junho de 2014.

\_\_\_\_\_. *Conclusões da tese* “Museus digitais e MVs: sistema, objeto e informação dos bancos de dados iconográficos. Problemas e perspectivas da pesquisa científica no *ciberespaço*”. In: **Memória Petrobras**. Disponível em: <http://memoria.petrobras.com.br/artigos-e-publicacoes/museus-e-MVs#.U6GTD0DgLCo>. Acesso em 20 de junho de 2014.

POULOT, Dominique. **Patrimoine ET Musées**. L’ Institutition de la Culture. Paris: Havhette, 2001.

SCHEINER, T. **Desvelando o museu interior. Disciplina** – Museologia 01. Texto Nº 05. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Departamento de Estudos e Processos Museológicos. 2009.

\_\_\_\_\_. **Imagens do ‘Não-lugar’: comunicação e novos patrimônios na** – Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. 2004.

SCHIELE, Bernard. **Les Trois du Patrimoine**. Note sur Le découpage symbolique. In *Patrimoines et Identités*. Quebec: Musée de la Civilization, 2002.