



GT 9 – Museu, Patrimônio e Informação

ISSN 2177-3688

ÉTICA E INFORMAÇÃO EM AMBIENTES EXPOSITIVOS MUSEAIS

ETHICS AND INFORMATION IN MUSEUM EXHIBITION ENVIRONMENTS

Priscila Maria de Jesus - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Sandra de Albuquerque Siebra - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Este trabalho visa discutir a ética no tratamento das informações nas exposições museais, sejam em ambientes físicos, quanto em ambientes digitais, estes cada vez mais utilizados para a comunicação museal. A pesquisa é caracterizada como descritiva e qualitativa e fez uso da pesquisa bibliográfica e análise documental, com mapeamento de referências em dois repositórios brasileiros. Verificou-se que as questões éticas relacionadas aos espaços do museu têm uma forte relação com os procedimentos comunicacionais adotados e em como a instituição pretende transmitir a informação para o seu público, além de com uma boa prática profissional. Conclui-se que as questões éticas precisam ser revistas, ampliadas e mais discutidas, inclusive em documentos oficiais adotados pelos museus, devido ao uso mais intensivo dos ambientes digitais, que trazem novos desafios para o tratamento da informação, para a manutenção da autenticidade dos objetos, além de para sua segurança e preservação a longo prazo.

Palavras-chave: ética; comunicação museal; musealização; ambientes digitais.

Abstract: This work aims to discuss ethics in the treatment of information in museum exhibitions, whether in physical or in digital environments, which are increasingly used for museum communication. The research is characterized as descriptive and qualitative and made use of bibliographic research and document analysis, with mapping of references in two Brazilian repositories. It was found that ethical issues related to museum spaces have a strong relationship with the communication procedures adopted and how the institution intends to transmit information to its public, in addition to good professional practice. It is concluded that ethical issues need to be reviewed, expanded and more discussed, including in official documents adopted by museums, due to the more intensive use of digital environments, which bring new challenges for the treatment of information, for maintaining the authenticity of objects, as well as for your long-term safety and preservation.

Keywords: ethics; museum communication; digital environments.

1 INTRODUÇÃO

Os museus, enquanto espaços de memória e informação, valem-se dos objetos musealizados para realizar a comunicação entre a mensagem que se pretende passar e o seu público visitante. Essa relação, que perdura por centenas de anos, apresenta alterações e

modificações com o passar do tempo, mas três fatores não se alteram: a necessidade de um espaço (físico ou virtual), a presença do objeto de museu (o objeto digitalizado, o objeto nato digital e o objeto físico) e a presença de um público (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013; DODEBEL, 2017; FREIRE; SALES; SAYÃO, 2020; RAMOS; NOGUEIRA; ROCHA, 2022).

Porém, no que se refere à relação entre a instituição, o objeto e o visitante, os estudos pós-custodiais, com o advento das tecnologias digitais e a imersão dos espaços museais no ambiente web, trouxeram novas preocupações e olhares para o objeto de museu. A musealização, concebida para o objeto físico, engloba as ações e um ciclo de vida que não contempla como um todo o objeto digital, sendo necessária a relação com outras áreas, trazendo novas metodologias e processos para a compreensão desse novo fenômeno.

Logo, as relações entre essas três partes, sejam comunicacionais, metodológicas ou éticas, passam a se inserir em novos sistemas e configurações e foram impactados pelo uso cada vez mais intensivo de recursos tecnológicos, como também pela existência de acervos diversos e híbridos (físico-analógicos e digitais). Dessa forma, a maneira como eram pensadas as exposições, a forma como os objetos dos museus eram tratados, e a escolha de quais informações poderiam ser repassadas para o público, passaram por processos de profissionalização e um amadurecimento, que também caracterizou e deu força à Museologia enquanto campo disciplinar (CARVALHO; SCHEINER; MIRANDA, 2007; LIMA, 2013). Porém, ao mesmo tempo, traz a necessidade de reflexão sobre o processo de musealização.

Ressalta-se que, nesta pesquisa, entre os vários significados de musealização, se adotará o de musealização enquanto um processo dentro de uma cadeia operatória, relacionando-a com a prática do profissional museólogo e as etapas pelas quais o objeto passa no museu, para sair de coisa para se tornar um objeto de museu (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013). Loureiro (2007, p. 02) destaca que “A musealização representa um marco na trajetória de um objeto, cuja existência precede seu ingresso em uma coleção museológica”. Consiste em um trabalho de investigação da vida pretérita e futura do objeto, continuamente alimentado pelos dados que são criados após sua entrada no museu e a partir de sua nova vida dentro do acervo institucional.

Neste cenário, esta pesquisa visa discutir a ética no tratamento das informações nas exposições museais, sejam em ambientes físicos ou em ambientes digitais, estes cada vez mais utilizados para a comunicação museal.

2 PERCURSO METODOLÓGICO

O presente artigo utilizou uma abordagem qualitativa, envolvendo os campos da Ciência da Informação e Museologia, para a compreensão do processo de geração de informação e da comunicação existente nos ambientes museais físicos e digitais, mais especificamente, na web. Buscar-se-á, “adotando multimétodos de investigação para o estudo de um fenômeno situado no local em que ocorre, e enfim, procurando tanto encontrar o sentido desse fenômeno quanto interpretar os significados que as pessoas dão a eles” (CHIZZOTI, 2003, p. 221).

A pesquisa possui um foco descritivo, analisando as exposições e processos comunicacionais dos museus à luz da Ciência da Informação. Foi utilizada a pesquisa bibliográfica para fundamentar a discussão, realizada a partir de artigos recuperados da Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI) e do Portal de Periódicos da Capes.

Foram utilizados os termos de busca *Ética AND Museu* e *Ética AND Exposição*, verificando sua presença no título, resumo, palavras-chaves ou no corpo teórico do texto. Utilizou-se como critério de inclusão na pesquisa que a produção recuperada utilizando os termos de busca, tratasse da curadoria de objetos de museus, ou abordasse o contexto museal. Para isso foi feita a leitura superficial das produções, com foco no resumo e na introdução. Dessa forma, a partir do levantamento bibliográfico nas bases indicadas, percebeu-se que ainda são muito pontuais as discussões sobre a ética nos ambientes expositivos e museais, como pode ser visualizado no Quadro 1. Destaca-se que se utilizou neste trabalho, também, parte das referências existentes nas quatro produções selecionadas, após a aplicação do critério de inclusão.

Quadro 1 – Levantamento Bibliográfico

Palavras-chave	Repositório	Recuperados	Período	Selecionados (atendem critério de inclusão)
Ética AND Exposição	BRAPCI	1	2022	0
Ética AND Museu	BRAPCI	5	2005-2021	2
Ética AND Exposição	Periódicos Capes	474	1975-2023	0
Ética AND Museu	Periódicos Capes	112	1994-2023	2

Fonte: Elaboração Própria (2023).

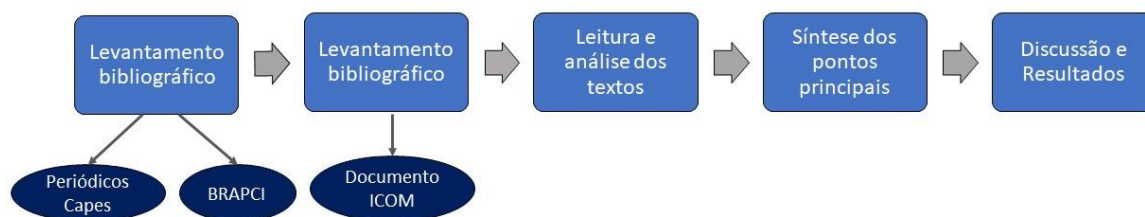
A partir da pesquisa bibliográfica nas bases, percebeu-se, por exemplo, que ao utilizar o termo Exposição, podem ser obtidos artigos que não se referem à curadoria de objetos de museus. Ou seja, que não se referem ao contexto museal, o que foi o caso do único artigo recuperado na BRAPCI e da maioria dos resultados presentes na busca no Portal de Periódicos da Capes, o que levou ao descarte da maior parte das produções.

A maioria dos artigos recuperados a partir da busca Ética AND Exposição, realizada no Portal de Periódicos da Capes, abordavam temáticas como a exposição de imagens e a exposição de dados, tais como informações pessoais; exposição da ética, enquanto discussão filosófica; exposição enquanto método de apresentação de algo não artístico; e resultados isolados, apenas com exposição (tais como exposição de pacientes, de dados da internet, entre outros) ou apenas ética, sem correlacionar ambos os termos de busca. Logo, este foi o motivo de terem sido descartados.

Ao relacionar os espaços de museus e a ética na difusão de informação, percebe-se que as questões relacionadas aos acervos arqueológicos e etnográficos, como remanescentes humanos e artefatos religiosos, constituem-se em grande parte das discussões, por envolver temas e objetos mais sensíveis, suscitando discussões que reverberam de forma mais ampla. Desta forma, além dos resultados anteriormente informados, percebeu-se a presença de artigos recuperados no Portal de Periódicos da Capes para a busca Ética AND Museu, com temas como: grupos étnicos minoritários; questões étnico-raciais; museus de ciência e ética; moda e ética, além de discussões voltadas para a preservação de documentos. Adicionalmente, foi possível verificar que artigos voltados especificamente para a ética no processo de comunicação museológica no ambiente web, ainda são escassos, apesar desse ambiente estar sendo cada vez mais utilizado pelos museus.

Ressalta-se que também foi realizada análise documental no Código de Ética do ICOM (*International Council of Museums*) para profissionais de museus (ICOM, 2009). Desta forma, o percurso metodológico do presente artigo, pode ser entendido a partir da Figura 1.

Figura 1 - Percurso Metodológico



Fonte: Elaboração Própria (2023).

A partir da leitura e análise dos textos, foi realizada a síntese dos pontos principais a serem discutidos na apresentação dos resultados.

3 COMUNICAÇÃO/TRANSMISSÃO DA INFORMAÇÃO NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

O processo de construir um conceito ou definir um termo não está ligado apenas à Ciência da Informação, mas permite que uma dada ciência ou campo disciplinar em formação apresente seus conceitos-chave, como parte integrante do seu processo de consolidação. Neste sentido, Capurro e Hjørland (2007), Buckland (1991) e McGarry (1999) buscaram traçar a origem do termo Informação e conceitos correlatos e sua implicação em diversas áreas do conhecimento.

Capurro e Hjørland (2007) inicialmente apresenta informação como um conhecimento comunicado, desta forma, ele vincula a noção de informação ao processo de comunicar algo, ou seja, se não houver a comunicação, não há informação. Essa vinculação, entre informação e comunicação ganha destaque quando da passagem para uma sociedade da informação, impulsionada pelas tecnologias da informação vigentes. Desta forma, pode-se vincular os termos informação - comunicação - conhecimento.

Ainda, Capurro e Hjørland (2007) destaca, na Ciência da Informação, a noção de relevância e interpretação como uma das formas de se compreender o conceito de Informação, uma vez que não há dentro da área um consenso para formação de um conceito único. Ao se atrelar à relevância e à interpretação, consolida-se seu caráter subjetivo uma vez que estes variam de pessoa para pessoa, a partir de suas necessidades.

Ao ser algo que é subjetivo, o ato de se transmitir uma informação se torna algo físico, uma vez que se faz uso de um suporte, muitas vezes tangível, para a sua realização. Na concepção de Capurro e Hjørland (2007) e de Buckland (1991), o conceito de informação está vinculado à comunicação, sendo que, para Capurro e Hjørland (2007), esta se dá a partir

da necessidade de um dado usuário receber e/ou mandar uma mensagem, implicando na presença de um receptor e um emissor.

Buckland (1991, p.5) apresenta a informação “como evidência e coisas que podem ser informativas, como textos e documentos em uma Biblioteca ou Arquivo e objetos no Museu”. O autor vê a informação a partir de três acepções: informação-como-processo, ou seja, a comunicação do conhecimento, de como informar algo, que se aproxima da visão de Capurro e Hjørland (2007) (emissor-receptor); informação-como-conhecimento, ou seja, como o conhecimento comunicado é apreendido, sendo, dessa forma, intangível, pois depende de cada sujeito participante, uma vez que “conhecimento, convicção e opinião são atributos individuais, subjetivos e conceituais” (BUCKLAND, 1991, p. 02); e, o último, a informação-como-coisa, que está atrelada a uma materialidade, ou formas como o conhecimento pode ser representado em um sistema de informação. Nessa perspectiva, esta pesquisa engloba duas dessas acepções, pois parte da informação como coisa, ou seja, dos objetos digitais que são utilizados para a construção de exposições, mas observa, também, como o conhecimento sobre esses objetos é comunicado (informação como processo).

Ainda, Buckland (1991) destaca que, para um objeto transmitir uma determinada informação, ele primeiramente precisa ser visto. Ou seja, um objeto em uma gaveta ou em uma reserva técnica ainda não transmite informação, porém, se este mesmo objeto se integra a um sistema e se torna perceptível, seja em um catálogo, em uma rede social ou ainda em uma exposição, ele passa a ser notado e, conseqüentemente, passa a ser vetor de uma informação a ser transmitida/comunicada.

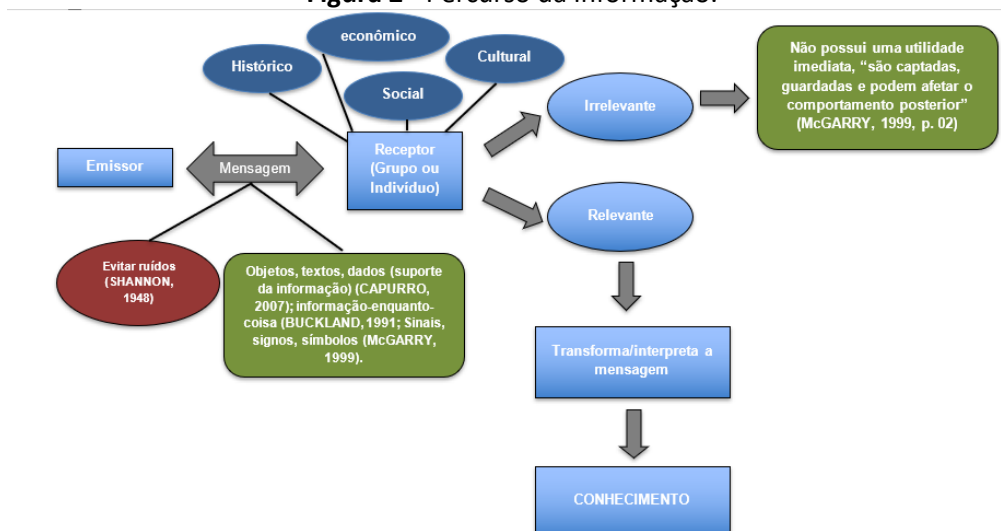
Por outro lado, McGarry (1999, p. 02) vê a informação como uma “realidade externa a nós”, algo que não faz parte do indivíduo, mas que, em um dado momento, pode chegar até ele. McGarry (1999, p. 11) afirma que a informação “deve ser ordenada, estruturada ou contida de alguma forma, senão permanecerá amorfa e inutilizável” e que ela precisa de um veículo que a torne compreensível para o receptor, prevendo uma estrutura emissor-veículo da informação-receptor. Essa estrutura é analisada e perceptível no processo de comunicação das exposições museais e o autor se aproxima dos estudos linguísticos para apresentar três elementos: os sinais (a comunicação de A para B que resulte em uma ação), os símbolos (representa uma ideia, objeto ou evento com significado duradouro) e os signos, “indício físico da presença imediata da coisa ou evento que representa” (MCGARRY, 1999, p.

12). Logo, nesse processo de comunicação, usam-se os sentidos para receber uma informação e a sua transmissão é feita por um canal, ou seja, um suporte para a informação.

Na concepção de Shannon (1948), ruído pode ocorrer no momento da passagem entre emissor e receptor, o que faz com que a mensagem não chegue na totalidade de seu conteúdo ao receptor. Desta forma, dentro dos processos comunicacionais museais, há uma atenção especial ao processo de construção da narrativa, para dirimir e evitar esses possíveis ruídos, fazendo uso de outros recursos para além do objeto de museu, a exemplo de etiquetas, textos, catálogos, entre outros.

Desta forma, um esquema da interseção das principais ideias apresentadas pelos autores, supracitados, pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2 - Percurso da Informação.



Fonte: Baseado em Capurro e Hjørland (2007), Buckland (1991), McGarry (1999) e Shannon (1948).

Vale destacar que, como já mencionado, Capurro e Hjørland (2007) percebe a informação como conhecimento comunicado, destacando o papel das tecnologias da informação na passagem para uma sociedade da informação. A informação é mais tangível, transmite uma mensagem, para o qual precisa de um suporte para acessar ou para criar. Já o conhecimento é intangível e inteligível, particular, pode resultar do processo de acesso à informação.

4 A COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA

Parte-se do processo de musealização, sobretudo das duas últimas etapas, a documentação e a comunicação, para entender o conceito de informação na Museologia. Se

para Buckland (1991) é necessário que a mensagem chegue até um determinado público para se tornar informação, na lógica museal, esse processo se faz na comunicação museológica, sobretudo por meio das exposições. Se é a comunicação e acesso ao objeto de museu e a extroversão da pesquisa realizada sobre ele que possibilitam a sua conversão em informação, a comunicação museológica desempenha um papel fundamental nessa relação “Objeto + Público = Informação”.

Pode-se entender a comunicação museológica como o “processo comunicacional ancorado nas argumentações transmitidas a partir de discursos expositivos e desenvolvidas mediante diversas formas e estratégias de mediação e, sobretudo, de educação da memória e educação para o patrimônio” (BRUNO, 2022, p. 509). E é no processo de comunicação que o museu cumpre o seu papel social.

A comunicação museológica engloba, além das exposições em si, as ações culturais e educativas e os processos avaliativos. Constitui-se em um processo que compreende, ou deveria compreender, o antes, durante e após a experiência do visitante no espaço do museu, para entender suas práticas e determinar suas ações futuras. E é fato que essa comunicação é influenciada pelo uso de recursos tecnológicos, especialmente porque a rapidez com que as tecnologias digitais surgem e se tornam obsoletas, torna-se uma preocupação para as instituições de memória preservarem seus objetos digitais e manterem atualizadas suas exposições e recursos no ambiente web, bem como realizar a guarda institucional dos objetos.

Lemos, Jorente e Nakano (2014, p. 676) destacam que “As instituições de preservação da memória se deparam com uma realidade virtual dinâmica e em constante modificação, na qual a informação é transferida de lugar e de suporte físico num piscar de olhos, reproduzindo - se sem limites em tempos e espaços pluridimensionais”. Logo,

Nessa trama se desenham os serviços online, clamando por um novo perfil de profissionais da informação: mediadores capazes de investigar, compreender e explicitar a informação social e cultural, aptos a entender a complexidade do fenômeno infocomunicacional da sociedade em rede. (LEMONS; JORENTE; NAKANO, 2014, p. 677)

Para além das instituições, cabe também aos profissionais das instituições de memória se adaptarem e criarem políticas institucionais que adequem seus espaços e serviços às demandas de uma sociedade cada vez mais conectada.

Dentro de um escopo de informação comunicada, sugere-se que esta possa se alicerçar no tripé Informação Validada - Informação Integral - Informação Atualizada, que está contida nos espaços expositivos tanto físicos quanto digitais.

A informação validada consiste em toda informação disponibilizada para o público, por parte do museu, que passou por um processo de pesquisa e comprovação da autenticidade desta. Gómez (2007, p.4) destaca que “Pretensões ou demandas de validade (entre as quais, a demanda de verdade objetiva), dependerão sempre das justificativas que as sustentem, sob a premissa de uma racionalidade condicional e histórica”. Cabe destacar, que essa preocupação, leva em consideração o papel de autoridade do museu, o qual confere um status de credibilidade para o que se está apresentando. Assim, um determinado conjunto de informações apresentado por uma instituição de memória, como o museu, primeiramente será percebida como algo que já foi validado pelo seu visitante.

A informação integral, consiste em uma informação passada em sua totalidade ou de forma que mesmo de forma parcial, não comprometa ou descaracterize a compreensão do significado da mensagem que se pretende passar. E a informação atualizada, consiste na manutenção das pesquisas dos objetos de museu, de forma sistemática e contínua, para a compreensão de possíveis novas interpretações ou dados sobre um determinado objeto.

Assim, o acesso à informação dos objetos em exposição por parte do visitante, seja em ambiente digital ou físico, contemple uma preocupação contínua com a sua qualidade e quantidade, seja por meio de legendas/etiquetas, textos informativos complementares ao longo da exposição, catálogos, sites ou postagens em redes sociais.

5 ÉTICA NOS AMBIENTES MUSEAIS FÍSICOS E DIGITAIS

A ética nos espaços dos museus se refere a todas as etapas do processo de musealização, desde a aquisição do objeto até a sua comunicação, passando pela própria postura institucional frente às demandas da comunidade e à prática profissional. Castro (2005, p. 2) destaca que:

A inserção da ética no contexto museológico não deve ser entendida como uma busca pela simplificação de um código de postura profissional, mas sim como uma análise que transcenda à ordem do discurso, que mantenha uma inquietação permanente confirmando o museu como um guardião conseqüente das variadas heranças culturais.

A instituição museu desempenha um papel fundamental e deve ser discutida sua conduta ao salvaguardar e comunicar variados testemunhos culturais, bem como a conduta dos profissionais de museu. Desvallées e Mairesse (2013, p. 40) destacam que “A ética, no seio do museu, pode ser definida como o processo de discussão que visa a determinar os valores e os princípios de base sobre os quais se apoia o trabalho museal”. Desta forma, não somente como o museu norteará suas ações e sua finalidade enquanto instituição, englobando aspectos jurídicos, sociais, comunicacionais, de pessoal e, no próprio contexto de sua conexão com o mundo.

Nos últimos anos, tem-se aumentado a discussão sobre o repatriamento de obras, com o intuito de devolver aos países de origem, em grande parte que passaram por colonização até o início do século XX, remanescentes culturais que foram levados para grandes museus na Europa e América do Norte. As políticas, nesses casos, envolvem a discussão não apenas das instituições museais, mas também de governos que possibilitem a devolução desses acervos, que se encontram, em muitos casos, em exposição ou reserva técnica. Ou seja, “a proposta de relacionar o compromisso ético das instituições de memória ao conteúdo informacional que está sob sua guarda, representa um continente de experiências, intransferíveis e inalienáveis, cuja responsabilidade é de toda a sociedade” (CASTRO, 2005, p. 05).

Ao se analisar o **Código de ética para Museus do ICOM** (ICOM, 2009), escolhido porque “A pedra angular do ICOM (*International Council of Museums*) é o Código de Ética para Museus, que estipula padrões mínimos para a prática profissional e atuação dos museus e seu pessoal” (ICOM, 2009, p. 01), percebe-se que o rol de questões que precisam ter atenção ao se abordar a ética, compreendem outras demandas para além dos acervos arqueológicos e etnográficos. O documento não apresenta um caráter deliberativo ou punitivo, pois precisa da outorga dos países partícipes da sua adesão e promulgação em decretos ou leis próprias para ter tal função. No entanto, ele funciona como um orientador do fazer museal pelas respectivas instituições e profissionais.

Dos oito pontos que são contemplados no código de ética, se dará destaque para o item **4. Os museus criam condições para fruição, compreensão e promoção do patrimônio natural e cultural** que se refere aos processos de exposição e comunicação do acervo. No que tange à comunicação e ação educativa o texto dispõe sobre sete aspectos:

- **Mostras, exposições e atividades especiais:** que reforçam o papel da narrativa expositiva estar de acordo com a missão da instituição, bem como a manutenção e preservação do acervo sob a sua guarda;
- **Interpretação dos elementos expostos:** consiste nas informações apresentadas pela instituição sobre o objeto em exposição, que garantam a sua veracidade e representatividade, tal aspecto demanda uma pesquisa prévia do objeto antes de ser exposto;
- **Exposição de objetos “sensíveis” e/ou que podem ferir sensibilidades:** “Os restos humanos e os objetos considerados sagrados devem ser expostos de acordo com normas profissionais, levando em consideração, quando conhecidos, os interesses e as crenças dos membros da comunidade, dos grupos religiosos ou étnicos de origem” (ICOM, 2009, p.22). Para além, em casos de temas que possam despertar gatilhos psicológicos, as exposições devem apresentar alertas ao longo do circuito e rotas alternativas para seus visitantes;
- **Remoção de objetos expostos:** se refere aos pedidos de retirada de objetos em exposição por parte de um grupo ou comunidade, em virtude de sua devolução a seu local de origem ou ao modo como foi apresentado;
- **Exposição de objetos de procedência desconhecida:** quando o museu não tem certeza sobre a origem de um determinado objeto, com falta de documentos que atestem sua autenticidade ou posse por parte do último proprietário;
- **Publicações:** prevê o rigor científico nas informações que forem disponibilizadas pela instituição, a fim de evitar a desinformação. Essas publicações podem contemplar catálogos, livros, artigos, bem como postagens no ambiente web, como o site ou redes sociais;
- **Reproduções:** “Os museus devem respeitar a integridade dos originais quando forem feitas réplicas, reproduções ou cópias de itens do acervo. Tais cópias devem ser permanentemente identificadas como fac-símiles” (ICOM, 2009, p.23). O processo de realização de reproduções deve levar em consideração, ainda, as leis locais de direito do autor, quando dos objetos que não estejam em domínio público, para tal, ressalta-se a importância dos museus e seus profissionais terem o conhecimento básico de legislação, bem como suporte jurídico, no que tange à solicitação de

termos de cessão, que contemplem a reprodução do acervo quando ainda dentro do período de proteção.

Cabe destacar que, apesar do Código de ética do ICOM ser um documento basilar para os museus, cuja primeira versão surgiu na década de 1970, ele ainda precisa ser atualizado e revisto para pensar temas que contemplam a atualidade, tais como os objetos digitais.

Aos profissionais que lidam com a salvaguarda da informação digital se impõe a ética da resistência à possibilidade de uma e-amnésia total, que pode levar a humanidade a se esquecer sobre seu passado e os seus governos, trazendo consequências obscuras para o direito à informação e à memória, além de impedir que os governos prestem contas de seus atos às gerações do presente e do futuro. Da mesma forma, podemos também resistir aos mecanismos políticos de manipulação da informação - que sempre existiram, mas hoje estão muito mais banalizados, podendo fazer com que nunca sejamos capazes de resgatar os fatos e acontecimentos registrados em meio digital (HOLLÓS, 2016, p. 82).

Como uma discussão sobre as competências digitais e éticas no ambiente de museus, Carvalho (2018, p. 6) destaca que:

No âmbito do projecto Mu.SA a integridade/ética foi incluída, desde o início, numa lista de 20 competências transferíveis que foram considerados relevantes para apoiar os profissionais dos museus nos seus esforços para fazer com que os museus prosperem no ambiente digital, juntamente com uma combinação de competências digitais.

A falta das amplas discussões que contemplem as tecnologias digitais, sobretudo no ICOM, são percebidas nos seus documentos e no próprio conceito de museu revisto no ano de 2021, o qual ainda se silencia, ao se pensar o museu para além do ambiente físico, além de não refletir sobre as questões dos ambientes digitais e suas coleções. Mesmo estas sendo discussões necessárias, uma vez que os museus cada vez mais desenvolvem mecanismos de comunicação com o seu público que contemplam o ambiente web, a exemplo de sites, repositórios, exposições virtuais, redes sociais, entre outros. E isso requer novas formas de comunicação museal e suscita novos desafios, não apenas relacionados ao compartilhamento ético da informação, mas também relacionados à autenticidade, integridade, veracidade, confiabilidade e a própria segurança e preservação dos objetos digitais.

A necessidade dos museus e seus profissionais precisarem lidar com objetos digitais e sua disseminação, ganhou impulso, sobretudo após a pandemia do COVID-19, ocorrida nos anos de 2020 e 2021, provocando uma maior inserção das instituições nos canais web. Percebe-se que “são cada vez mais os museus que estão definindo seu papel social de acordo com o posicionamento ético para o que está exposto e repensa as dinâmicas de criação, acumulação, distribuição e utilização da informação e do conhecimento.” (FERNÁNDEZ DEL AMO, 2016, p. 694, tradução nossa).

A gestão e preservação dos objetos digitais, passa, também, pelo seu tratamento adequado para posterior disponibilização. Cabendo aos profissionais da informação a seleção, descrição, indexação e armazenamento para que se possibilite um eficiente uso e reuso a curto e longo prazo.

cresce a responsabilidade social dos profissionais da informação, tanto como produtores de conhecimento no campo científico quanto como facilitadores na comunicação da informação para usuários que dela necessitem, na sociedade, independentemente dos espaços sociais onde vivem e dos papéis que desempenham no sistema produtivo (FREIRE, 2010, 128).

Ao se pensar a tríade ética – comunicação museal – informação, os museus enquanto produtores de informação e espaços ligados ao saber, assumem uma responsabilidade, em conjunto com os seus profissionais, cada vez maior. Uma vez que seu poder de legitimar enquanto verdade o que se encontra em suas exposições não são contestados pelo público. Essa responsabilidade ganha novos vieses e ampliação quando da inserção no ambiente digital devido a sua fluidez. Além de trazer a preocupação com a preservação do objeto digital em um espaço com informações cada vez mais efêmeras, para garantir o acesso a longo prazo por parte dos visitantes, assim como que os objetos tratados não serão perdidos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As constantes transformações vivenciadas pela sociedade com o rápido desenvolvimento das tecnologias digitais, tem feito com que os museus e seus profissionais reflitam sobre sua prática e busquem novas formas de se comunicar com o seu público.

Porém, o cenário digital no qual os museus ingressaram trazem vantagens, como a ampliação do público alcançado, mas também desafios, como por exemplo, a necessidade

de reflexão sobre o compartilhamento ético da informação e sobre as questões de autenticidade, segurança e preservação e disponibilização a longo prazo dos objetos digitais.

Neste cenário, a interseção entre a Museologia e Ciência da Informação, no que tange aos processos de curadoria digital dos objetos, constitui-se em um possível campo de abordagem e reflexão sobre como esses espaços de memória podem gerir, tratar, preservar e disponibilizar seus acervos, sempre com foco em seu público. De fato, torna-se relevante discutir a curadoria digital no contexto dos museus, não apenas na perspectiva de preservação do objeto digital, que já é um tema ainda pouco discutido no âmbito da museologia, mas também atrelando a discussão à documentação e a comunicação de seus acervos a curto e longo prazo, sem deixar de tratar questões éticas relacionadas ao contexto digital.

Percebe-se que a Museologia ainda precisa ampliar suas discussões e atualizar seus documentos oficiais, para se pensar as tecnologias digitais e seus impactos nos aspectos éticos tanto das instituições, quando de seus profissionais, assim como a necessidade de ajustes nas práticas museais.

REFERÊNCIAS

BRUNO, M. C. O. Museus universitários e a comunicação museológica: características e perspectivas futuras. **Interfaces** - Revista de Extensão da UFMG, Minas Gerais, v. 10, n. 2, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistainterfaces/article/view/42251>. Acesso em: 20 jun. 2023.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, [s.l.], v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991. Disponível em: <http://rfrost.people.si.umich.edu/courses/SI110/readings/misc/Buckland.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2023.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n.1, p. 148-207, jan./abr. 2007.

CARVALHO, L. M.; SCHEINER, T. C. M.; MIRANDA, M. L. C. Em direção à museologia latino-americana: o papel do ICOFOM LAM no fortalecimento da museologia como campo disciplinar. **Anais do VIII ENANCIB**, Salvador, Bahia, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/175924>. Acesso em: 12 jul. 2023.

CARVALHO, A. **Ethics and matters for museums**. ICOM Portugal, 2018. Disponível em: http://www.project-musa.eu/wp-content/uploads/2020/06/Mu.SA_Ethics-matters-for-museums.pdf Acesso em 10 set. 2023.

CASTRO, A. L. S. Informação, ética e museu: uma aproximação conceitual. **DataGramaZero**, Rio Grande do Sul, v. 6, n. 2, 2005. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/5630>. Acesso em: 04 jul. 2023.

CHIZZOTTI, A. A pesquisa qualitativa em Ciências Humanas e Sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**, Portugal, v. 16, n. 002, p. 221-236, 2003.

CONSELHO Internacional de Museus. **Código de Ética do ICOM para Museus**: versão lusófona. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, 2009. 31 p.

DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. São Paulo: ICOM, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

DODEBEI, V. Cultura e patrimônio na era da informação. *In*: SEMINÁRIO SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO EM MUSEUS: INFORMAÇÃO DIGITAL COMO PATRIMÔNIO CULTURAL, 4., 2017. São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2017. p.81-90.

FERNÁNDEZ DEL AMO, I. La ética como herramienta para pensar elmuseo. **Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales**, Madrid, v. 13, n. 2, p. 681–698, 14 nov. 2016. Disponível em: https://doi.org/10.5209/rev_TEKN.2016.v13.n2.52348. Acesso em: 20 jun. 2023.

FREIRE, I. M. Reflexões sobre uma ética da informação na sociedade em rede. **Ponto de Acesso**, Bahia, v. 4, n. 3, p. 113-133, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/4518> Acesso em: 04 jul. 2023.

FREIRE, K. M. W.; SALES, L. F.; SAYÃO, L. F. Curadoria digital no contexto artístico e cultural: possibilidades de reuso de dados de arte. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 25, p. 1-21, 2020. Disponível em: Acesso em: 12 jul. 2023.

GÓMEZ, M. N. G. Novas configurações do conhecimento e validade da informação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais [...]**. Salvador, Bahia, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/171570>. Acesso em: 15 set. 2023.

HOLLÓS, A. C. ética em educação e preservação de acervos documentais. **Ponto de Acesso**, Bahia, v. 10, n. 2, p. 81-84, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/18008> Acesso em: 04 jul. 2023.

LE MOS, J. G.; NAKANO, N.; JORENTE, M. J. V. O paradigma pós custodial e sua representação no design da informação no sítio do arquivo nacional do Reino Unido. **Liinc em Revista**, [s.l.], v. 10, n. 2, 2014. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3581>. Acesso em: 1 jul. 2023.

LIMA, D. F. C. Museologia, campo disciplinar da musealização e fundamentos de inflexão simbólica: tematizando Bourdieu para um convite a reflexão. **Museologia e Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 2, n. 4, p. 48-61, maio./jun., 2013.

LOUREIRO, M. L. N. M. Fragmentos, modelos, imagens: processos de musealização nos domínios da ciência. **DataGramaZero**, Rio Grande do Sul, v. 8, n. 2, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/6716>. Acesso em: 14 jun. 2023.

MCGARY, K. Sobre Conhecimento e Informação. *In*: MCGARRY, Kevin; LEMOS, Helena Vilar (Trad.) **O contexto dinâmico da informação**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1999. Cap. 1. p.1-25.

RAMOS, R.; NOGUEIRA, I. S.; ROCHA, L. M. G. M. Patrimônio digital e suas implicações na documentação museológica. **Museologia & Interdisciplinaridade**, Brasília, DF, v. 11, n. Especial, p. 125-146, ago. 2022.

SHANNON, Claude E. **A Mathematical Theory of Communication**, 1948.