

# **CONTRIBUTO PARA A DISCUSSÃO SOBRE UM NOVO CONCEITO DE MUSEU ATRAVÉS DA ANÁLISE DE DIVERSOS CASOS DE ESTUDO<sup>1</sup>**

**Daniel Brandão, Heitor Alvelos & Nuno Duarte Martins**

Universidade do Porto, Portugal  
dbrandao@ipca.pt; halvelos@gmail.com; nmartins@ipca.pt

---

## **RESUMO**

Neste mundo interconectado em que vivemos, em que os media digitais são cada vez mais universais, sociais, omnipresentes e baratos; em que cada indivíduo já não depende das organizações para estruturar a sua participação nem para comunicar com os demais; em que os consumidores se tornaram produtores e a notoriedade dos amadores se sobrepõe, em muitos casos, à reputação dos profissionais, qual será o papel a desempenhar pelas instituições? Como é que estas poderão tirar partido do fluxo de comunicação que ocorre directamente entre os membros da rede?

Partindo da análise de diversos casos de referência, no presente artigo, pretendemos lançar e contribuir para a discussão sobre um novo conceito de museu, construído colectivamente, que emerge da proliferação das novas ferramentas de produção e partilha de conteúdos e do enraizamento dos meios de comunicação em rede que muitos utilizam para documentar fragmentos dos seus quotidianos.

## **ABSTRACT**

In this interconnected world we live in, in which digital media is becoming more universal, social, ubiquitous and cheap, in which each individual no longer dependent on organizations to structure their participation or to communicate with others, in which consumers become producers and the amateurs' distinction overlaps in many cases, the professionals' reputation, what is the role of institutions? How can they take advantage of the communication flow that occurs directly between those network members?

Based on the analysis of several case studies, in this paper we intend to initiate and contribute to the discussion about a new concept of museum, built collectively, and which emerges from the proliferation of new tools for production and sharing content and from the further rooting of new media that many use to document fragments of their daily lives.

## **KEYWORDS**

Media participativos; Grupos sem líderes; Acção colectiva; Casos de estudo; Museu aberto

---

## **DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO À LIBERDADE PARA ORGANIZAR GRUPOS**

Durante a última década, as diferenças entre os vários intervenientes na cadeia de consumo de conteúdos media, têm vindo a dissipar-se progressivamente. Se dantes a produção de conteúdos media estava restrita a profissionais e a distribuição pelos consumidores

<sup>1</sup> O trabalho apresentado neste artigo está a ser desenvolvido no âmbito do doutoramento em Media Digitais, da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, programa UT Austin-Portugal.

estava ao cargo de intermediários especializados, actualmente, podemos dizer que as três partes deste processo estão ao alcance de todos: o consumo, a produção e a partilha. A informação está cada vez mais ao alcance de cada um, e, de uma forma quase instantânea, todos nós podemos intervir sobre essa informação, moldando-a, manipulando-a, apresentando a nossa interpretação e perspectiva sobre ela. Portanto, a realidade é cada vez mais construída por nós, outrora meros consumidores da informação.

Com isto, temos vindo a testemunhar grandes transformações nos paradigmas da informação — tempo, veracidade, autoria e quantidade de informação já não são o que eram — e o deslumbramento por todas estas grandes transformações pode levar-nos a ignorar por vezes onde elas nos conduzem. No entanto, o que parece ser consensual é que, actualmente, os dispositivos mediáticos desempenham um papel muito importante na nossa experiência individual e colectiva, bem como na forma como comunicamos uns com os outros e como nos relacionamos com o mundo.

“Estamos a viver no meio do maior momento da capacidade de expressão na história da humanidade.” (Shirky, 2010b, p. 100)

Mas hoje, para além de verificarmos uma maior liberdade de expressão, através de uma progressiva acessibilidade das ferramentas de criação e partilha de conteúdos digitais, temos vindo a verificar também uma maior facilidade na organização de grupos, graças a plataformas e ferramentas sociais que em muito favorecem a própria criação de acção colectiva.

Desde sempre que, para empreender projectos de grande envergadura, tínhamos de constituir uma empresa ou cooperativa, ou então tínhamos que nos aliar a uma instituição ou outro tipo de organizações já em funcionamento, com uma estrutura sólida, que nos ajudasse a implementar as nossas ideias. Antigamente, para formarmos uma organização, teríamos sempre que optar por uma de duas hipóteses: ou recorríamos ao apoio do Estado ou procurávamos ajudas financeiras em mercados altamente competitivos.

Ora, com a Internet, esta situação está a mudar a grande velocidade. Com a Internet, vivemos, cada vez mais, num mundo conectado. Dantes, partia-se do princípio que as pessoas não eram capazes de se auto-organizar, de uma forma eficaz e rápida. Agora, com o recurso a um computador e a algumas ferramentas sociais disponíveis a todos na Internet, é possível juntar rapidamente muita gente em torno de uma causa, ou com um objectivo comum, sem grandes esforços financeiros, nem a necessidade da existência de gerentes. Agora, as acções em grupo tornaram-se muito mais fáceis.

Portanto, algo que seria muito difícil e que dependia sempre de bons apoios de organizações, de repente tornou-se muito simples. Clay Shirky, conceituado analista dos novos fenómenos sociais relacionados com a Internet actual, no seu livro “Eles Vêm Aí” (“Here Comes Everybody” no seu título original), refere-se a este fenómeno como o “colapso das transacções”. Em comparação com os anos anteriores à Internet, o custo e o esforço para se formarem grupos coordenados, foi reduzido brutalmente. Em consequência disso, começaram a surgir grupos organizados, sem a ajuda de organizações, um pouco por todo o mundo.

Um exemplo muito recente deste tipo de fenómeno é o do Espaço Colectivo Autogestionado do Alto da Fontinha, mais conhecido por Es.Col.A e que nasceu, segundo as palavras dos próprios dinamizadores do projecto, “no bairro e para o bairro, com a comunidade e para a comunidade”, a 10 de Abril de 2011, nas instalações da antiga escola Primária do Alto da Fontinha, situada no centro do Porto. O espaço estava abandonado há cinco anos e foi ocupado por um grupo de pessoas com a missão de o devolver à comunidade local, oferecendo diversos tipos de actividades educativas, culturais, lúdicas e sociais sempre programadas de uma forma colectiva e com a participação de todos os membros do projecto. Este projecto surgiu sem qualquer apoio de uma entidade ou estrutura organizacional e inclusive tem vindo a travar várias lutas contra o poder instituído localmente, reivindicando a total autonomia do projecto — o Município do Porto propôs inclusive ao projecto, um contrato de arrendamento com valores simbólicos que foi rapidamente rejeitado em assembleia do projecto Es.Col.A, pois iria comprometer o futuro da sua ideologia que se baseia fundamentalmente na autogestão, sem a existência de líderes.

### **A FORÇA DOS GRUPOS SEM CHEFIAS**

Um dos valores que aparece mais vezes associado ao mundo do corporativismo é o da hierarquia. Ela é, por definição, a distribuição ordenada, em modelo piramidal, dos poderes de decisão dentro de uma organização. Isto implica, naturalmente, a subordinação de certos poderes relativamente a outros.

Por norma, quando encontramos uma empresa ou organização bem sucedida na sua área de acção, temos a tendência para perguntar: Quem está à frente da empresa? Quem manda? Quem é o líder?

De facto, o Homem procurou, desde sempre, ver o mundo pelo prisma da ordem. Desde as primeiras civilizações que se tenta encontrar uma organização para as coisas, de modo a entendermos melhor o mundo, a controlá-lo e a dominá-lo. Como tal, estamos habituados a considerar que, quando não encontramos ordem nas coisas, vivemos perante uma situação de caos, de desorganização, de desorientação e, portanto, de fracasso.

No entanto, os grupos autogestionados ou organizações descentralizadas estão actualmente, e não só nos ambientes da Web 2.0, a ganhar cada vez mais protagonismo. Podemos mesmo dizer que se tornaram incontornáveis nos estudos da economia actual. Contudo, isto não significa que é só nas estratégias descentralizadas e de autogestão, que podemos encontrar o segredo para o sucesso, nem que defendemos este modelo como o melhor, em detrimento do modelo centralizado. Apenas se tornou importante, quanto a nós, perceber como funcionam estes sistemas, quais os seus princípios e qual a razão para o êxito de alguns dos seus exemplos mais conhecidos.

É o que procuram fazer, por exemplo, Ori Brafman e Rod Beckstrom, no livro “A Estrela-do-mar e a Aranha”. Estes autores procuram contrariar as ideias pré-concebidas de que, a ausência de uma estrutura organizada de forma hierárquica numa empresa ou organização, é sinónimo de fracasso ou de menos valia. Ao contrário da maioria das organizações que dominam os mercados de negócios internacionais, estas organizações descentralizadas não estão assentes sobre uma estrutura em que o poder está centralizado

num líder, ou num grupo de pessoas que estão nos comandos das tomadas de decisão. O poder está descentralizado, distribuído igualmente por todos os seus membros.

Foi a Internet e, principalmente a sua segunda Era — a Web 2.0 —, que veio fomentar uma maior descentralização nas organizações, transformando as indústrias, destruindo muitos negócios tradicionais e influenciando a área da política. Tal como foi mencionado anteriormente, passaram assim a existir condições bastante favoráveis para organizar sem apoio de organizações, e sem a necessidade da existência de uma estrutura, nem liderança. É possível agora criar organizações de pequena escala, que, sem gastar muito dinheiro, podem tornar-se mais fortes e até desafiar e competir com as grandes organizações centralizadas.

Brafman e Beckstrom estão convictos de que as organizações com uma base estrutural hierárquica, ao centralizar o poder, podem tornar-se, em alguns contextos, mais frágeis. Se a pessoa ou grupo de pessoas que estiver ao comando desaparecer por algum motivo, a estrutura fica rapidamente desprotegida e desorientada. Por outro lado, uma organização descentralizada, por não possuir um líder ou alguém que possua o poder, de forma incontestável, torna-se muito mais difícil de derrubar.

Neste aspecto, podemos comparar, ressaltando as devidas diferenças, o exemplo referido pelos autores da heroica resistência das tribos Apaches aquando da invasão do poderoso Império Espanhol na América<sup>2</sup>, com a resistência oferecida pelos membros do projecto Es.Col.A, os “okupas”, à ordem de despejo do Município que foi executado pela polícia municipal. Apesar de se tratarem de contextos historicamente e proporcionalmente muito distantes, a forma como o Município do Porto lidou com a situação é em muito semelhante à forma o exército espanhol lutou com os Apache, ignorando a força que pode ter um grupo sustentado numa estrutura descentralizada e em auto-gestão. Aliás, gerou-se posteriormente, a nível nacional, um movimento de solidariedade de grande escala para com o projecto, que usou as ferramentas sociais online para se espalhar a palavra e levar milhares de pessoas para a rua. Com este exemplo, verificamos que o uso destas ferramentas pode potenciar ainda mais a força deste modelo de organização.

Perante a nossa tendência de vermos o mundo de uma forma hierarquizada, facilmente caímos no erro de subestimar a força das organizações descentralizadas, até porque “quanto mais se luta contra um oponente descentralizado, mais forte ele se torna” (Brafman & Beckstrom, 2008, p. 28). Portanto, é, exactamente, a ausência de estrutura definida, hierarquicamente, segundo uma forma piramidal, que torna este tipo de organizações mais resistentes ao embate.

<sup>2</sup> Os Apache foram as tribos de índios que maior resistência ofereceram à invasão do exército espanhol. Até encontrarem as tribos Apache, os estrategas espanhóis conseguiram aniquilar todos os povos que encontravam pela frente — os Incas e os Aztecas estão entre as suas vítimas —, através da simples eliminação dos seus líderes, proporcionando o consequente desmembramento das suas estruturas de defesa. Mas, os índios Apache, não possuíam, propriamente, um líder. Tratava-se de uma comunidade que agia segundo uma estrutura tipicamente descentralizada. Cada vez que os espanhóis matavam um Nant'an — líder espiritual e cultural dos índios Apache, mais do que uma figura autoritária, era um exemplo a seguir —, rapidamente alguém se tornava num novo Nant'an. Neste caso a ausência de um líder assumido acabou por ser a principal arma de defesa desta tribo que demorou quase duzentos anos a ser derrotada.

## A ESCADA DA PARTICIPAÇÃO E O PAPEL DAS NOVAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

A facilidade de formação de grupos, devido à diminuição dos custos de transacção, como consequência das possibilidades oferecidas pelas novas ferramentas sociais surgidas com a Internet, veio estimular os instintos humanos de partilha, cooperação e acção colectiva. Para Shirky, esta é a escada progressiva de actividades exigidas a um determinado indivíduo para fazer parte de um grupo. À medida que o grupo opera como um todo, é exigida uma maior participação por parte de cada um dos seus membros.

Nesta escada, o primeiro degrau é a partilha, o menos exigente, no qual não há propriamente um sentido de grupo, pois as acções não se dão por haver sintonia entre os vários participantes das plataformas de partilha de informação, tal como o Flickr. A cooperação, o segundo degrau da escada de participação, já exige aos participantes que mudem de comportamento de modo a sincronizá-lo com o dos outros participantes e, assim, estabelecer um sentido de grupo. Quando a cooperação entre os participantes resulta em algo, estamos perante uma produção colaborativa. Aqui, começam a existir decisões que têm que ser tomadas, em conformidade, pelo conjunto dos participantes, aumentando a tensão entre os objectivos individuais e os do grupo. Podemos verificar um bom exemplo deste fenómeno nos confrontos de argumentações verificados nos processos de edição colaborativa online, como a Wikipedia, um produto “não do colectivismo, mas de uma discussão contínua” (Shirky, 2010b, p. 129).

No terceiro degrau da escada de participação temos a acção colectiva, que é o mais difícil de atingir, pois exige uma perfeita coesão e união do grupo, com vista a atingir com sucesso um objectivo. Segundo Shirky, a acção colectiva é “diferente da acção individual, já que é mais difícil de pôr em movimento e, uma vez em movimento, é mais difícil de parar” (Shirky, 2010b, p. 149). Ela provoca a partilha da responsabilidade por todos os participantes, fundindo a identidade do indivíduo com a identidade do grupo. O melhor exemplo são as *flash mobs*, acções realizadas em grupo, de uma forma espontânea e normalmente com uma forte conotação política e social.

A utilização das novas ferramentas de comunicação, tais como o Facebook, o Twitter e o Youtube, poderá provocar resultados muito diferentes em função de situações de maior ou menor liberdade de expressão. Em situações de maior liberdade de expressão, o uso destas ferramentas tende a produzir resultados meramente de entretenimento, enquanto que, em situações de menor liberdade de expressão, estas ferramentas podem mesmo assumir um papel fulcral na conquista de determinados objectivos.

Em muitos casos o sucesso na organização de acções colectivas, deve-se à escolha de ferramentas sociais online que sejam do conhecimento da maioria e, portanto, possibilitem uma comunicação rápida e eficaz, como o e-mail, os *blogs* e os *fóruns*. Tal como diz Shirky, a tecnologia só assume um papel importante quando se torna ubíqua e, para tal, quanto mais simples e fácil de utilizar, por parte dos participantes do grupo, melhor (Shirky, 2010b, p. 100).

Actualmente, o Facebook é provavelmente a ferramenta social que melhor agrega as funções de todas as outras, tendo como mais valia o facto de ser a mais utilizada

do momento. É portanto útil para uma propagação rápida de uma mensagem dentro de um grupo tendo sido a ferramenta escolhida pelos membros do projecto Es.Col.A para mobilizar o movimento de solidariedade que se viu nas ruas no dia 25 de Abril de 2012. Deste modo, podemos dizer que as ferramentas sociais não representam, por si só, uma melhoria para a sociedade, mas sim um desafio, pois não é a tecnologia que traz a mudança, mas sim a forma como as pessoas a utilizam, moldando os seus comportamentos.

“A revolução não acontece quando a sociedade adopta novas tecnologias — acontece quando a sociedade adopta novos comportamentos.” (Shirky, 2010b, p. 148)

Através das redes sociais online, as pessoas são cada vez mais autónomas e as organizações deixam de desempenhar um papel tão fundamental no alcance de objectivos colectivos. No entanto, acreditamos que as organizações tradicionais não irão desaparecer, mas deixarão de ser o único veículo possível para a realização de tarefas que envolvam muitas pessoas.

As ferramentas sociais eliminaram os obstáculos à participação e expressão pública. Deixámos de estar sujeitos aos conteúdos impostos pelos tradicionais meios de comunicação de massas. Já podemos escolher o que queremos consumir, entre os diversos conteúdos media disponíveis, e contribuir também para eles. A Internet criou um novo ecossistema em que oferece a capacidade de publicação a qualquer utilizador e introduziu um novo padrão de comunicação que opera agora segundo uma lógica multidireccional de “muitos-para-muitos”.

## **O PAPEL DAS INSTITUIÇÕES**

Neste mundo interconectado em que vivemos, em que os media digitais são cada vez mais universais, sociais, omnipresentes e baratos; em que cada indivíduo já não depende das organizações para estruturar a sua participação nem para comunicar com os demais; em que os consumidores se tornaram produtores e a notoriedade dos amadores se sobrepõe, em muitos casos, à reputação dos profissionais, qual será o papel a desempenhar pelas instituições? Como é que estas poderão tirar partido do fluxo de comunicação que ocorre directamente entre os membros da rede?

Um exemplo de um sistema que se abriu à participação das pessoas para a sua construção, várias vezes citado por Shirky nas suas palestras, é o que Barack Obama implementou na sua campanha eleitoral, e deu continuidade depois de ter chegado ao poder. Apesar de muitas das contribuições dos cidadãos americanos às campanhas abertas do governo de Obama serem, relativamente, de baixo interesse (um dos desejos mais votados online, pelo eleitorado, foi o da liberalização das drogas leves) ou serem contrárias à opinião do presidente dos Estados Unidos da América, nunca ninguém do governo tentou sequer apagar os comentários, eliminar os grupos de participação ou negar a sua existência. Muito pelo contrário, o governo de Obama sempre se preocupou em responder, explicar e debater as questões com as pessoas. Desde cedo que a sua equipa se apercebeu que é mais importante

convocar e reunir os participantes do que tentar controlá-los (TEDtalks, 2009).

Acreditamos portanto que neste momento, já não interessa discutir mais sobre se a Internet é ou não importante para a sociedade, pois a Internet é já um dado adquirido. O importante é descobrir como podemos canalizar a participação das pessoas através da Internet para conseguirmos uma sociedade mais livre e mais bem sucedida.

“Como é que podemos tirar o melhor partido deste meio? Mesmo que isso signifique mudarmos a forma como até agora o fizemos.” (TEDtalks, 2009)

Muitas das instituições e empresas, para sobreviver, terão que se adaptar a este novo contexto, por forma a descobrir onde é que os utilizadores ficaram bloqueados nas suas experiências de consumo. Terão todos que procurar como tirar partido daquilo a que Shirky chama de “excedente cognitivo” (Shirky, 2008). Apesar de as pessoas estarem a ser arrastadas através daquilo a que Tim O’Reilly chama de “arquitetura de participação” — em que as pessoas cada vez mais procuram ambientes abertos à sua contribuição —, ainda são gastas muitas mais horas em frente à televisão a ver anúncios publicitários, muitos deles a tirar proveito de autênticos simulacros de contextos de acção colectiva (como o exemplo dos anúncios com falsas *flash mobs* da Optimus, entre outros), do que em qualquer plataforma de produção colaborativa online. Estamos perante um excedente de tempo que poderá ser aproveitado com vista à construção de algo importante. E é aqui que deverão intervir as instituições. Não para tentar eliminar esse “excedente cognitivo”, mas sim para saber como balanceá-lo e canalizá-lo da melhor forma. Acreditamos que o sentido de “fixe” que os simulacros de *flash mobs* da Optimus estão a dar ao carácter das acções colectivas poder estar a promover uma leitura exclusiva de entretenimento a este tipo de movimentos supostamente participativos. Ora, isto só irá aumentar o excedente cognitivo das pessoas, pois é mais cómodo e fácil dizer que é “fixe” e fazer um “gosto” numa página no Facebook, do que arregaçar as mangas e fazer acontecer.

Seguem-se cinco exemplos de instituições e projectos desenvolvidos no âmbito cultural, tais como museus e outros projectos de criação artística e documental colectiva, nomeadamente na área do vídeo, que servem de referência e inspiração ao nosso projecto de investigação, que visa propor um novo conceito de museu, perante o panorama participativo em que vivemos actualmente. Estes exemplos foram seleccionados pela postura adotada, pelos riscos assumidos, pelo território de acção e pelas questões conceptuais que levantam.

## APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE CINCO CASOS DE REFERÊNCIA

“Comunidade em primeiro lugar, marketing em segundo. Se fizer um compromisso com a comunidade e oferecer conteúdos com valor, o marketing surgirá naturalmente. Se fizer propaganda, não estará a ser um bom membro da comunidade.” (Caruth & Bernstein 2007)

A citação apresentada acima deriva de um caso de estudo desenvolvido por Nicole J. Caruth e Shelley Bernstein no Museu de Brooklyn, em 2007, no qual foram implementadas

várias acções com o objectivo de aumentar o carácter participativo da instituição. Em Junho de 2006, paralelamente à exposição principal, intitulada “Graffiti”, e com o objetivo de fundir as experiências dos visitantes *online* e *offline*, o museu ofereceu um mural de *graffiti* dentro das salas de exposições do museu onde os visitantes podiam deixar as suas contribuições. Posteriormente poderiam acompanhar a sua evolução através de fotografias colocadas regularmente no Flickr (Brooklyn-Museum, 2006a). O museu ofereceu ainda uma ferramenta de *graffiti online* para recolher desenhos virtuais (Brooklyn-Museum, 2006d) das comunidades *online*, e lançou uma série de *podcasts* com gravações de testemunhos de alguns dos artistas da exposição e artistas de rua locais (Brooklyn-Museum, 2006c). Após esta primeira experiência, o Museu do Brooklyn continuou a explorar um leque de possibilidades de participação oferecidas pelas ferramentas da Web 2.0, com o intuito de proporcionar aos públicos, diferentes formas de interpretar cada exposição. Foi criada uma área no *website* do museu para as comunidades, onde os visitantes podem encontrar várias formas de envolvimento com a instituição.

Em 2008, Bernstein (Gerente dos Sistemas de Informação no Museu de Brooklyn e responsável pelas experiências participativas descritas acima) organizou a exposição de fotografia “Click!” na qual a curadoria ficou à responsabilidade das comunidades do museu (Brooklyn-Museum, 2006b). Inspirado pela teoria de James Surowiecki sobre a sabedoria das multidões (Surowiecki, 2007), esta exposição teve três fases: uma chamada aberta a trabalhos de fotografia sobre o tema “Changing Faces de Brooklyn”, um fórum *online* para a avaliação anónima e aberta dos trabalhos submetidos e a exposição final no museu, que seguiu os critérios de avaliação definidos pelo júri *online*.

As acções desenvolvidas neste caso de estudo permitem-nos concluir quais as possibilidades oferecidas pelas novas ferramentas digitais quando exploradas pelas instituições culturais e qual a postura que estas devem assumir quando lidam com sistemas de comunicação tipicamente descentralizados. As acções desenvolvidas pelo Museu de Brooklyn permitem perceber que é possível abrir a construção identitária de uma instituição cultural tradicional como um museu, à participação dos seus públicos e obter até resultados muito vantajosos para a própria instituição.

Outro projecto igualmente importante como referência para a nossa investigação é o do Museum of Everything. Este é um museu itinerante que nasceu em Londres, em 2009 e que já realizou quatro exposições em vários locais, tendo como missão mostrar o trabalho de artistas desconhecidos, autodidatas e, muitos deles, em situações marginais na sociedade contemporânea, a um público artístico especializado.

A primeira exposição (The-Museum-of-Everything, 2009), em 2009, teve lugar em Londres e depois em Turim, e apresentou centenas de trabalhos de desenho, pintura, escultura, instalações e outros objectos realizados por artistas e artesãos sem qualquer formação académica, autodidatas, desconhecidos da esfera artística e que usam processos de trabalho pouco convencionais, seleccionados por artistas de renome internacional. Na segunda exposição (The-Museum-of-Everything, 2010a), em 2010, os responsáveis pelo projecto foram convidados a apresentar na Tate Modern. Tratou-se de uma exposição aberta de trabalhos que foram submetidos por artistas desconhecidos que se

dirigiam ao local, registavam-se e afixavam os seus trabalhos à estrutura de madeira rudimentar que entretanto instalaram no hall de entrada da Tate Modern. Ainda em 2010, a terceira exposição (The-Museum-of-Everything, 2010b) apresentou a colecção de objectos de arte autodidata e anónima que sempre influenciaram o famoso artista pop Peter Blake — autor da famosa capa do álbum “Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band” da banda de música The Beatles —, seguindo a missão de dar visibilidade à arte escondida, perdida e desconhecida. A quarta exposição (The-Museum-of-Everything, 2011), já em 2011, expôs 500 trabalhos nas galerias comerciais Selfridge em Oxford Street, Londres. Esta exposição resultou de uma pesquisa de estúdios de artistas autodidatas de todo o mundo e teve bastante visibilidade mediática.

Como podemos verificar pela descrição de todas as exposições realizadas até ao momento, este museu distancia-se de uma aceção convencional do termo, dado não estar propriamente associado a um espaço físico fixo, nem ter uma lógica ou compromisso a que estamos habituados a ver num museu. Este projecto é importante para a nossa investigação pelo facto de tratar-se de um projecto de museu com um carácter alternativo e uma ideologia e missão, que pretende desafiar a ideia preconcebida de que apenas podemos chamar arte àquilo que é feito por artistas. Quanto a nós, estamos perante um novo tipo de museu de arte, e acreditamos que deve haver espaço para este tipo de projectos no actual contexto artístico internacional.

O “Texas Archive of the Moving Image” (Texas-Archive-of-the-Moving-Image, 2008), projecto desenvolvido pela arquivista de vídeo Caroline Frick, é, quanto a nós, actualmente, um dos mais importantes exemplos de arquivo participativo de vídeo online. Fundado em 2002, lançou a plataforma em 2008, com o objectivo de recolher e preservar filmes documentais sobre o Texas, tanto no formato analógico, em película, como no formato digital. No arquivo podemos encontrar filmes educativos, excertos de programas de televisão local, filmes industriais ou filmes caseiros. Este projecto é muito importante pela sua missão de colecta de memórias registadas em vídeo que se encontram perdidas no espaço e no tempo e que quando agregadas numa única plataforma, permitem a criação de um espólio cultural muito vasto.

“Life in a Day” (Macdonald & Scott, 2010) é um filme documentário produzido por Ridley Scott, dirigido por Kevin Macdonald e criado por vários utilizadores da Internet, sobre um determinado dia no planeta Terra (24 de Julho de 2010). Este projecto contou com a participação de milhares de pessoas de todo o mundo que produziram um total de mais de 4500 horas de vídeo. Consideramos que este documentário participativo é uma importante referência para nós por contribuir para uma visão comparativa da multiplicidade de culturas existentes no nosso planeta, através de um processo de documentação que envolve inúmeras pessoas na recolha e registo de momentos significativos dos seus quotidianos.

Outro fenómeno participativo que nos serve de referência é o movimento “El Disco Duro de Puertas del Sol” (Pérez-Lanzac, 2011), que ocorreu em Madrid, durante o acampamento de manifestantes que teve lugar nesta praça da cidade e que surgiu com a necessidade de produzir um extenso arquivo audiovisual colaborativo e participativo

de tudo o que aconteceu no Movimento 15-M. Colectivamente, as pessoas envolvidas no movimento de protesto, e outras pessoas que visitavam o espaço, predispueram-se a contribuir com registos das actas das assembleias, comunicados, poemas, vídeos, milhares de fotografias e *podcasts*. Um autêntico movimento de documentação surgido de uma forma espontânea e aliado a uma vontade de partilha de visões e interpretações daquilo que está a ser construído de uma forma colectiva.

Todos estes exemplos apresentados acima servem de referência à nossa proposta que apresentamos de seguida. São exemplos que demonstram e propõem novas atitudes institucionais, novos territórios e espaços para expressão, manifestação e apresentação artística e novos processos de documentação que exploram a agregação e a participação do cidadão comum.

### **UMA PROPOSTA DE UM MUSEU DE TODOS**

O projeto de investigação “The Museum of All: Práticas de Comunicação Institucional num Mundo de Redes Participativas”, que temos vindo a desenvolver desde 2010 partiu do objectivo de lançar e contribuir para a discussão sobre um novo conceito de museu, um museu de todos, construído colectivamente, que emerge da proliferação das novas ferramentas de produção e partilha de conteúdos e do enraizamento dos meios de comunicação em rede que muitos utilizam para documentar fragmentos dos seus quotidianos.

O programa de dinamização cultural do Centro Histórico do Porto (CHP) Manobras no Porto (MnP), enquanto evento cultural, serve de território para a implementação de um projecto prático de cariz participativo. Na sequência de uma fase de trabalho de campo de auscultação, levada a cabo através de um processo de observação participante e de entrevistas exploratórias, que nos permitiu conhecer de forma aprofundada o território de acção e os objectivos do programa, iremos implementar um protótipo de museu construído pelas pessoas do CHP e que se irá desenvolver através de estratégias de recolha e criação coletiva com o objetivo de proporcionar um processo de documentação envolvente e participativo.

Este projecto parte da assumpção de que as ferramentas de registo — desde as câmaras de filmar até aos telemóveis —, de manipulação e edição — desde o software profissional até ao gratuito — e de partilha de vídeos — plataformas online tais como o Youtube e o Vimeo —, estão hoje cada vez mais acessíveis e as pessoas que as usam estão a aperceber-se cada vez mais das suas potencialidades enquanto ferramentas de comunicação.

Cada vez mais pessoas filmam os seus quotidianos para conservar memórias em imagens em movimento. A questão que se coloca é: Para onde estão a ir estes registos? Acreditamos que estes devam ser resgatados, através de mecanismos ou sistemas de agregação de informação, catalogados, através de processos e técnicas de arquivo, e devolvidos à própria comunidade de autores desses vídeos, através de momentos ou sistemas de apresentação pública. E este é o papel deste projecto que assume a configuração de um museu de todos.

Trata-se de um museu de vídeos do quotidiano do CHP construído pelas pessoas, o “Museu do Resgate”, que irá funcionar através de diferentes tipos de acções e resultará num arquivo aberto alojado online. Usamos a palavra “museu” no sentido metafórico

e “resgatar” como a sua principal acção. A missão deste museu é Colectar e Preservar, Agir e Apresentar, sempre com o contributo de várias pessoas. Irá Colectar e Preservar os vídeos feitos pelas pessoas, em formato digital, usando os seus dispositivos preferenciais (desde o telemóvel à câmara de vídeo) e que correm o risco de se perderem. Irá Agir através de acções de criação colectiva, oficinas, festivais, concursos e debates. E irá Apresentar nos formatos de sessões de exibição.

É um museu que irá explorar a espontaneidade e naturalidade dos registos de vídeo através de vários tipos de acções orientadas pelas “Brigadas de Resgate”, que são equipas de agentes catalisadores da sua ideologia.

A missão deste museu será servir as comunidades locais do CHP, existindo através delas e crescendo alimentado por elas, para além do final do programa do MnP, e proporcionar um espaço para documentação, comunicação e partilha de ideias, pensamentos e visões sobre o CHP, através do vídeo.

Para os participantes neste projecto, mais do que contribuir para o arquivo do CHP no Youtube, as pessoas irão ter como motivação, a possibilidade de ver, mostrar e submeter os seus vídeos a concursos e festivais, organizados pelo próprio museu. No entanto, acreditamos que a maior motivação é poderem vir a fazer parte de uma comunidade que vai ser criada com este projecto e usufruírem de um espaço para reflexão crítica e social sobre o CHP.

Este projecto tem portanto como principais objectivos:

- promover visões alternativas, críticas e revitalizadoras sobre quotidianos, vivências e territórios do CHP;
- promover e explorar o trabalho colaborativo entre pessoas com diferentes níveis de competência e capacidade em relação ao audiovisual: desde pessoas com elevado grau de experiência no uso das ferramentas do vídeo até pessoas sem qualquer experiência nesta matéria;
- explorar a documentação participativa como instrumento para fortalecer as capacidades de acção colectiva das comunidades locais;
- explorar as potencialidades do vídeo participativo na caracterização de identidades de culturas locais;
- explorar a espontaneidade e naturalidade dos registos de vídeo;
- criar um projecto autogestionado que sirva as comunidades do CHP.

Deste projecto irá resultar um arquivo aberto de vídeos dos quotidianos do CHP alojado online no Youtube. Haverá também uma cópia do mesmo arquivo em offline. Todos os conteúdos de vídeo deste arquivo estarão protegidos pela licença “Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike” que permite a partilha, sempre sem fins comerciais, e obriga a atribuição de autoria.

Neste arquivo, prevê-se a coexistência de uma grande quantidade de vídeos caseiros registados sem qualquer sentido ou preocupação prévia, com outros vídeos resultantes de levantamentos e criações de histórias, narrativas e depoimentos vários, e reflexões sobre temáticas da preocupação das comunidades locais. Apesar da imprevisibilidade no tipo de conteúdos que este arquivo poderá vir a receber, assume-se a intenção clara de que estes devam ser reveladores de uma agitação cultural genuína, espontânea e natural.

Pre vemos também que este projecto vá conseguir contribuir para a constituição de uma comunidade em volta do vídeo, com um interesse específico sobre o CHP.

## CONCLUSÃO

Como vimos, vivemos hoje numa realidade participativa e descentralizada, que se desenvolve através de grupos e comunidades que se formam em sistemas e plataformas abertas, sem a ajuda de organizações, sem líderes e nas quais o poder é distribuído igualitariamente por todos os seus membros. Portanto, a aposta nas novas tecnologias digitais e nos media participativos é importante, não só para o sucesso de quem opera no sector comercial, como também para o sucesso de quem trabalha nos sectores da ciência, do conhecimento, e da educação, e quem atua nos sectores ligados à dinamização cultura, criativa e artística.

Pretendemos, com a nossa investigação, constituir um mapeamento de análises de exemplos de referência e através das suas conclusões, iremos elaborar um leque de recomendações práticas sobre como tornar um processo que tradicionalmente é realizado de uma forma unidirecional em algo mais aberto, participativo e multidireccional. Com isto, esperamos poder sensibilizar os responsáveis pelos projetos e instituições que operam nos sectores supracitados, para a evolução dos meios de comunicação, para a importância dos media participativos e para a problemática das novas tendências contemporâneas, onde impera o factor interatividade.

Todo o trabalho irá ser desenvolvido segundo uma metodologia eminentemente baseada numa lógica de investigação-acção ou auscultação-proposição, operacionalizada através de um projecto prático dirigido a uma realidade concreta, o CHP. Aliás, mais concretamente, o projecto prático poderá vir a dar um contributo positivo para a preservação e revitalização de um legado audiovisual e constituição de um espaço de reflexão e crítica sobre temáticas locais no CHP, algo em falta actualmente, conforme verificamos na primeira fase de trabalho de auscultação.

Recomendamos a implementação de uma maior interação, permeabilidade e flexibilidade na comunicação com os públicos, de forma tornar as ações culturais mais apelativas, dinâmicas e envolventes. Através da participação, o público estará a intervir na construção da sua identidade cultural, tornando-a mais genuína e autêntica. Neste sentido, acreditamos que, somente quando as instituições se decidirem, também elas, arriscar-se a entrar para este mundo descentralizado, é que os media participativos digitais irão contribuir para a sensibilização, formação e evolução do indivíduo e da sociedade, e para a emancipação da dimensão do conceito “público”. ✍

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brafman, O., & Beckstrom, R. A. (2008). *A Estrela-do-Mar e a Aranha: O fenómeno das organizações sem líder*. Lisboa: Editorial Presença.
- Brooklyn-Museum. (2006a). Brooklyn Museum graffiti mural. *Flickr* Retrieved 1 de Abril de 2011, from [http://www.flickr.com/photos/brooklyn\\_museum/sets/72157594171809720/](http://www.flickr.com/photos/brooklyn_museum/sets/72157594171809720/)
- Brooklyn-Museum. (2006b). Exhibitions: Click! A crowd-curated exhibition. *Brooklyn Museum* Retrieved 1 de Abril de 2011, from <http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/click/>
- Brooklyn-Museum. (2006c). Exhibitions: Graffiti: Podcasts. *Brooklyn Museum* Retrieved 1 de Abril de 2011, from <http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/graffiti/podcast.php>
- Brooklyn-Museum. (2006d). Graffiti. *Brooklyn Museum* Retrieved 1 de Abril de 2011, from [http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/graffiti/drawing\\_tool/drawing\\_tool\\_template/drawing\\_gallery.php](http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/graffiti/drawing_tool/drawing_tool_template/drawing_gallery.php)
- Caruth, N., & Bernstein, S. (2007). *Building an On-line Community at the Brooklyn Museum: A Timeline*. Paper presented at the Museums and the Web 2007, San Francisco, California.
- Macdonald, K., & Scott, R. (2010). Life in a Day, from <http://www.youtube.com/user/lifeinaday>
- Pérez-Lanzac, C. (2011). El disco duro de Sol: Miles de 'gigas' de información generados en las acampadas son el germen de un futuro archivo del Movimiento 15-M. *El País*, 1. Retrieved from [http://www.elpais.com/articulo/madrid/disco/duro/Sol/elpepiespmad/20110526elpmad\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/madrid/disco/duro/Sol/elpepiespmad/20110526elpmad_2/Tes)
- Shirky, C. (Producer). (2008, 11-07-2010). Gin, Television, and Social Surplus. *Web 2.0*. [Conference transcription] Retrieved from <http://www.shirky.com/herecomeseverybody/2008/04/looking-for-the-mouse.html>
- Shirky, C. (2010a). *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*. New York: Penguin Press.
- Shirky, C. (2010b). *Eles Vêm Ai: O poder de organizar sem organizações*. Lisboa: Actual Editora.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum: Museum 2.0*.
- Surowiecki, J. (2007). *A Sabedoria das Multidões*. Lisboa: Lua de Papel.
- TEDtalks (Producer). (2009, 11 de Junho de 2010). Clay Shirky: How cellphones, Twitter, Facebook can make history. *TED Talks*. [Conference Video] Retrieved from [http://www.youtube.com/watch?v=c\\_iN\\_QubRso](http://www.youtube.com/watch?v=c_iN_QubRso)
- Texas-Archive-of-the-Moving-Image. (2008), from [http://www.texasarchive.org/library/index.php?title=Main\\_Page](http://www.texasarchive.org/library/index.php?title=Main_Page)
- The-Museum-of-Everything (Producer). (2009). Exhibition #1. Retrieved from <http://musevery.com/exhibition1/>
- The-Museum-of-Everything. (2010a). Exhibition #2 Retrieved 5 de Maio de 2012, from <http://www.musevery.com/exhibition1/exhibition2.html>
- The-Museum-of-Everything. (2010b). Exhibition #3 Retrieved 5 de Maio de 2012, from <http://www.musevery.com/exhibition3/exhibition3.php> - home
- The-Museum-of-Everything. (2011). Exhibition #4 Retrieved 5 de Maio de 2012, from <http://www.museumofeverything.com/exhibition4.php>