

MUSEU HERING NO METAVERSO: ENTRE REDES, MEMÓRIA E MEDIAÇÕES DIGITAIS

HERING MUSEUM IN THE METAVERSE: BETWEEN NETWORKS, MEMORY AND DIGITAL MEDIATIONS

Augusto Rodrigues Parada¹

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar o Museu Hering no Metaverso como uma experiência de mediação digital do patrimônio, considerando os deslocamentos do campo museal em direção aos territórios da cibercultura e do metaverso. Parte-se da compreensão dos cibermuseus como espaços híbridos de memória e participação, onde o acesso ao patrimônio é reconfigurado por meio de interações mediadas por tecnologias imersivas. A pesquisa propõe como problema de investigação: em que medida o Museu Hering no Metaverso reinventa práticas museológicas sob a lógica das redes e das mediações digitais? Como objetivos específicos, busca-se: (1) compreender o funcionamento do ambiente expositivo digital, (2) identificar os modos de mediação museal empregados na plataforma e (3) refletir sobre os limites e potências dessa experiência no contexto brasileiro. A metodologia fundamenta-se em um estudo de caso de abordagem qualitativa, com base em observação direta da plataforma e análise teórica crítica. Os resultados apontam para a consolidação do metaverso como nova ambiência museal e para a necessidade de políticas digitais inclusivas e curadorias sensíveis ao contexto sociotécnico.

Palavras-chave: cibermuseologia; metaverso; mediação cultural; redes digitais; Museu Hering.

Abstract

This article analyzes the Hering Museum in the Metaverse as an experience of digital heritage mediation, considering the shifting of the museum field toward the domains of cyberculture and immersive virtual environments. It approaches cybermuseums as hybrid spaces of memory and participation, where access to heritage is reconfigured through interactions mediated by immersive technologies.

¹ Doutor em Comunicação pela Unisinos. Professor das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat. aparada@faccat.br

The research poses the following question: to what extent does the Hering Museum in the Metaverse reinvent museological practices under the logic of digital networks and mediations? The specific objectives are: (1) to understand the functioning of the digital exhibition environment, (2) to identify the modes of museum mediation employed on the platform, and (3) to reflect on the limits and potentials of this experience within the Brazilian context. Methodologically, the study is grounded in a qualitative case study approach, combining direct observation of the platform with critical theoretical analysis. The findings suggest the consolidation of the metaverse as a new museological environment and underscore the need for inclusive digital policies and curatorships attuned to sociotechnical contexts.

Keywords: cybermuseology; metaverse; cultural mediation; digital networks; Hering Museum.

1 Introdução

Vivemos uma era em que a memória, antes assentada em paredes de concreto e vitrines de vidro, transita agora entre cabos, códigos e interfaces. Nesse novo regime de presença, os museus se veem convocados a repensar não apenas sua linguagem, mas sua ontologia. O que é, afinal, um museu quando ele não ocupa mais um território físico, mas um espaço de dados navegável por avatares? E que tipo de experiência patrimonial se constrói quando o visitante é também um código em movimento?

O Museu Hering no Metaverso surge como um artefato emblemático desta transição. Trata-se de uma iniciativa que vai além da mera digitalização de acervos, ela propõe uma migração simbólica da instituição museológica para o universo das redes imersivas, onde o gesto de visitar se converte em performance digital. É neste terreno instável, entre inovação e fetiche, entre democratização e exclusão, que este artigo se ancora.

Mais do que descrever uma experiência, a proposta aqui é tensionar o lugar do museu no metaverso à luz da cybermuseologia e da comunicação digital. Trata-se de compreender até que ponto o Museu Hering no Metaverso reinventa práticas museológicas ou apenas as replica sob novas superfícies. Que mediações são possíveis, ou impossíveis, quando a memória se torna imagem interativa em uma galeria suspensa no ciberespaço?

A investigação parte de um estudo de caso, com base em observação direta e análise crítica da ambiência digital do museu, articulando aportes teóricos da museologia crítica, da cibercultura e das redes digitais. Em vez de uma resposta definitiva, o texto propõe uma escuta atenta aos sinais emitidos por esse novo território simbólico, um lugar onde o passado corporativo se transforma em paisagem navegável, e onde cada clique é também um gesto de leitura patrimonial.

2 Cibercultura e Museus

A internet tem transformado profundamente a vida em sociedade, seja nas formas de comunicação, relacionamento, entretenimento, estudo, trabalho ou consumo. Inseridos em um contexto de constante inovação tecnológica, os sujeitos acessam e interagem nesse ambiente digital por meio de diversas formas de conexão, o que configura uma nova territorialidade simbólica, social e econômica.

Com o advento das mídias sociais e das plataformas digitais imersivas, observa-se o fortalecimento de uma cultura própria em ambientes virtuais compartilhados, o que Lévy (1999) denomina de cibercultura, e que atualmente se expande para o campo do metaverso, um universo tridimensional interativo no qual os indivíduos participam por meio de avatares, conforme conceitua Stephenson (1992) e sistematiza Pereira (2009).

A sociedade digital contemporânea não se limita mais à navegação bidimensional da web. Com o desenvolvimento da chamada Web 3.0 e das interfaces imersivas, surge o metaverso como uma evolução do ciberespaço: um ambiente virtual tridimensional que simula a realidade e permite experiências sociais complexas mediadas por tecnologia. Nesses ambientes, como o Second Life, os usuários interagem por meio de representações digitais de si mesmos — os avatares — e constroem relações sociais, econômicas e culturais que desafiam as fronteiras físicas e temporais do mundo material (PEREIRA, 2009).

A partir das contribuições de Lévy (1999), Albagli (2004) e Fernandes (2021), pode-se afirmar que o ciberespaço, agora ampliado pelos ambientes do metaverso, configura uma nova territorialidade, que não se baseia na materialidade geográfica, mas na rede de interações simbólicas e técnicas que sustentam a sociedade virtual.

O metaverso, como dimensão imersiva desse território, intensifica os aspectos da cibercultura ao permitir experiências de presença, agência e sociabilidade em tempo real, com impacto direto na economia (por meio de ativos digitais), na linguagem (através de ciberlinguagens visuais, interativas e sonoras) e nas formas de subjetivação.

Nesse cenário, a pergunta proposta no texto original, “esta sociedade virtual compõe, de fato, um território?”, pode ser aprofundada ao se considerar o metaverso como uma manifestação complexa do território cibernético: um espaço simbólico e relacional onde a cibercultura se corporifica em tempo real, em ambientes gráficos que simulam, ampliam e recriam as possibilidades da vida social (PEREIRA, 2009; DA SILVA, 2014). Assim, o metaverso se apresenta não apenas como ambiente técnico ou lúdico, mas como espaço de mediação comunicacional, expressão cultural e produção de identidades, compondo, portanto, uma nova camada na compreensão dos territórios digitais contemporâneos.

A emergência dos cibermuseus insere-se no contexto mais amplo da cibercultura, compreendida como o conjunto de práticas sociais, culturais e comunicacionais derivadas da relação entre sociedade, cultura e tecnologias digitais interativas. Como observa Pierre Lévy (2010), essa cultura se desenvolve juntamente com o crescimento do ciberespaço, estabelecendo um novo regime de produção e circulação de saberes, de vínculos sociais e de subjetividades. Nesse ambiente, os museus, instituições tradicionalmente voltadas à preservação, educação e comunicação patrimonial, são convocados a ressignificar suas práticas diante dos desafios e possibilidades do mundo digital.

3 Do museu físico ao museu em rede

Com a digitalização progressiva das experiências sociais, o campo museal passa a operar sob novas lógicas de espacialidade, temporalidade e interatividade. A pandemia de Covid-19 foi um catalisador desse processo: o fechamento físico das instituições exigiu reconfigurações urgentes, levando muitas delas a adotarem estratégias digitais para manter a comunicação com seus públicos (SILVA & MELO, 2021). Museus passaram a promover visitas virtuais, programações online,

exposições digitais e interações por meio de redes sociais – configurando o que se passou a chamar de cibermuseu.

De acordo com Jacqueline Lima (2024), os museus virtuais evoluíram de simples extensões digitais dos acervos físicos para entidades autônomas no ciberespaço. Alguns deles, como o Google Arts & Culture ou o UMA (Universal Museum of Art), já nascem nativos digitais, descolando-se de espaços tangíveis e apresentando curadorias próprias, experiências imersivas em realidade aumentada ou gamificada e potencial de atuação global.

Para Morigi e Chaves (2021), o cibermuseu opera dentro de uma lógica de "teias conectivas", que reorganiza a mediação museal sob as possibilidades das redes digitais. O museu deixa de ser um espaço centrado na transmissão unidirecional de conteúdo e passa a se configurar como uma plataforma participativa, onde os públicos também produzem sentidos, memórias e experiências.

No entanto, como lembra Berardi (2017), essa transição da conjunção para a conexão, do contato sensível à mediação algorítmica, também produz efeitos sobre a subjetividade e a relação estética com o mundo. A visita ao cibermuseu, mediada por telas e interfaces digitais, tensiona a experiência tátil e corpórea característica dos museus físicos. Ainda assim, a experiência digital não deve ser vista como empobrecida, mas como diversa: ela expande o acesso, multiplica os contextos de fruição e permite novas formas de participação e de curadoria colaborativa.

Santos (2023), ao investigar o Instagram da Pinacoteca de São Paulo, destaca que muitas instituições ainda operam nas redes sociais sob a lógica da comunicação massiva e unidirecional, sem explorar plenamente os potenciais interativos do ambiente cibercultural. O estudo revela que a linguagem digital pode e deve ser utilizada para reconfigurar a comunicação museal, transformando-a em espaço de escuta, troca e criação compartilhada com os públicos.

As redes sociais, especialmente durante a pandemia, tornaram-se verdadeiros "salões virtuais" onde os museus puderam manter o vínculo com seus frequentadores, mesmo diante do distanciamento físico. No entanto, Sant'Anna observa que essa presença digital exige um planejamento museológico

comprometido com a democratização do acesso e com a linguagem dos meios digitais – algo que ainda se constrói de forma desigual, especialmente diante da persistente exclusão digital no [Brasil](#).

Como apontam Silva e Melo (2021), os cibermuseus reconfiguram também a relação entre sujeito, tecnologia e patrimônio. A mediação digital permite a expansão da memória e a reinvenção de formas de acesso aos bens culturais, mas também evidencia desigualdades históricas no acesso à informação e à infraestrutura digital. A experiência museal passa a ser uma questão não apenas tecnológica, mas também política e social.

Nesse sentido, é importante considerar as implicações epistemológicas e éticas do museu digital: quem acessa? Com que dispositivos? Em quais condições? Quais saberes são privilegiados nas curadorias digitais? O desafio está em garantir que os cibermuseus não se tornem apenas vitrines online para elites conectadas, mas efetivos espaços de memória e cidadania digital.

A proposta de museus virtuais gamificados, imersivos ou alojados no metaverso, como analisa Lima (2024), abre um leque de possibilidades para a atuação museológica. A presença de obras em realidade aumentada, ambientes navegáveis em 360°, exposições interativas e ações performáticas em tempo real desafiam os limites tradicionais do museu como espaço físico, linear e silencioso. Contudo, essas transformações demandam atenção às condições de manutenção, atualização tecnológica e curadoria crítica frente à lógica do consumo e da espetacularização digital.

O cibermuseu é, portanto, um espaço em disputa: entre a democratização do acesso e a reprodução de desigualdades; entre a interatividade crítica e a superficialidade informacional; entre a memória viva e a obsolescência dos formatos digitais.

4 Metodologia: escutar com o avatar, sentir com a interface

Diante da complexidade simbólica que atravessa os museus digitais, optar por um estudo de caso foi menos uma escolha metodológica e mais uma consequência da própria natureza do objeto: um museu que não se encerra em seu acervo, mas se desdobra em camadas de mediação, estética, tecnologia e

discurso. O Museu Hering no Metaverso exigiu, portanto, uma abordagem qualitativa e interpretativa, capaz de dar conta do que não se mostra apenas na superfície das imagens, mas emerge no fluxo da navegação, no silêncio das ausências, nos gestos possíveis, e nos impossíveis, da visita virtual.

A observação direta constituiu o eixo empírico da investigação. Foram realizadas múltiplas incursões no ambiente do Spatial.io, plataforma que hospeda o museu, a partir das quais se registraram impressões, percursos, limitações e potências da visita em primeira e terceira pessoa. Essa imersão buscou mais do que mapear o espaço: pretendeu escutá-lo. Como propõem Morigi e Chaves (2021), o museu digital deve ser lido como um território em rede, cujas teias conectivas demandam uma escuta metodológica sensível, atenta aos signos, aos fluxos e às relações simbólicas que emergem na travessia.

Além da observação, a análise se apoiou em categorias teóricas previamente definidas, articuladas a partir de três eixos: navegabilidade e usabilidade (LÉVY, 1999, e em experiências de ciberespaço imersivo como as descritas por Pereira, 2009), mediação museológica (LIMA, 2024, e MORIGI & CHAVES, 2021) e comunicação digital e participação (BERARDI, 2017, e SANTOS, 2023). Cada eixo orientou a leitura crítica da plataforma, buscando compreender não apenas o que está presente, mas também o que está ausente, as lacunas de escuta, os silêncios curatoriais, as barreiras tecnológicas.

O método, portanto, se constituiu como percurso hermenêutico: cada visita ao museu foi também uma leitura, uma interpretação, uma tentativa de articulação entre o que se vê, o que se sente e o que se pensa com o referencial teórico. Em tempos de museologia algorítmica, investigar é, antes de tudo, experienciar criticamente, com o corpo, com a linguagem e com os dados.

5 Análise do Estudo de Caso: Museu Hering, a memória corporativa e estratégia cultural

A trajetória da Cia. Hering, fundada em 1880 por imigrantes alemães em Blumenau (SC), é marcada por uma combinação entre tradição industrial e inovação comunicacional. Ao longo de mais de 140 anos, a marca Hering consolidou-se como uma das mais reconhecidas do país, sobretudo por sua identidade associada à moda acessível e ao vestuário básico, conforme

documentado por Dalfovo e Pedroso (2008) e Soares (2010). No entanto, além das estratégias mercadológicas de reposicionamento e expansão para as classes B2 e C, a empresa passou a investir também na construção de uma memória institucional estruturada, materializada na criação do Museu Hering, inaugurado em 2010 e mantido pela Fundação Hermann Hering.

Mais do que um espaço expositivo, o Museu Hering pode ser compreendido como um ativo cultural estratégico. Segundo Monte (2022), museus corporativos, embora muitas vezes tratados como instrumentos de marketing, devem ser reconhecidos como ferramentas de responsabilidade social e de desenvolvimento territorial, pois produzem vínculos simbólicos entre a empresa, sua comunidade e a história local. O caso do Museu Hering exemplifica essa orientação, ao reunir ações educativas, exposições históricas e políticas de preservação patrimonial voltadas tanto para a memória da empresa quanto para o contexto sociocultural do Vale do Itajaí.

O museu abriga exposições como “Tempo ao Tempo”, que costura a evolução da indústria têxtil à biografia empresarial da marca, passando por marcos como a utilização de fibras sustentáveis, os processos industriais e o design de produto. O espaço conta com ambientações imersivas, como a sala dedicada à sustentabilidade, e ações que buscam o envolvimento da comunidade, como o projeto “Retrama” e visitas de ex-funcionários que reforçam os laços afetivos e históricos com o local. Monte (2022) destaca ainda que o ciclo de vida dos museus corporativos exige planejamento e investimento contínuo para manutenção, inovação e expansão do engajamento cultural.

O Museu Hering também assume um papel educacional e colaborativo. Participa de redes museológicas, como o Grupo de Estudos e Pesquisas Museológicas do Vale do Itajaí (GEPVI), e promove eventos como o Seminário Interdisciplinar de Museologia (SiM), fomentando o intercâmbio entre universidades, instituições culturais e profissionais do campo museal. A atuação em rede, mencionada por Malheiros (2014) e Cury (2014), é um dos traços mais relevantes do projeto museológico da Fundação Hermann Hering, ao buscar integrar o museu às políticas públicas de cultura e à formação cidadã.

Portanto, o Museu Hering transcende a função de vitrine institucional. Ele se apresenta como interface entre a identidade organizacional e a memória coletiva,

operando numa encruzilhada entre empresa, território e patrimônio. Essa posição híbrida torna o museu um dispositivo relevante para a comunicação corporativa sensível, a preservação da memória social e a democratização do acesso à cultura, especialmente ao se expandir para o metaverso, inserindo-se em novas formas de mediação simbólica na cibercultura contemporânea.

Ao integrar a marca centenária ao universo do metaverso, a proposta ressignifica o museu de empresa como espaço de memória corporativa ampliada. A interface do museu no Spatial.io oferece uma galeria navegável em primeira ou terceira pessoa, onde o visitante, representado por um avatar, percorre salas temáticas com recursos multimídia: vídeos, fotos, modelos 3D e trilhas sonoras.

O Museu Hering no Metaverso é hospedado na plataforma Spatial.io, que permite a criação de ambientes tridimensionais interativos acessíveis via navegador, app mobile ou óculos de realidade virtual. O visitante acessa o espaço por meio de um avatar personalizável, que se move com fluidez pelos ambientes expositivos. A interface inicial é intuitiva, com menus básicos de movimentação, chat e ferramentas de interação, típicos de plataformas de metaverso.

O acesso é gratuito e não exige login obrigatório — ponto positivo em termos de inclusão e acessibilidade inicial. Porém, a navegação pode ser pouco fluida para visitantes sem familiaridade com ambientes 3D, e não há tutoriais internos, o que limita parte da experiência.

A galeria do Museu Hering no Metaverso é composta por um espaço principal de exposição contínua, com design moderno e uso de paredes virtuais como suportes para vídeos, imagens históricas, ilustrações e textos institucionais. O visitante percorre uma sequência não linear de conteúdos distribuídos de forma livre pelo ambiente, uma curadoria que privilegia a navegação por descoberta, em vez de uma ordem cronológica ou temática rígida. Entre os conteúdos apresentados estão um vídeo comemorativo dos 140 anos da Cia. Hering, registros da exposição “Tempo ao Tempo”, painéis com fotografias históricas da indústria têxtil, além de informações sobre sustentabilidade, design e inovação da marca. A curadoria digital busca equilibrar a memória institucional com valores contemporâneos, como a responsabilidade socioambiental, reforçando o conceito de marca cidadã e patrimonial.

No que diz respeito à ambiência imersiva, o espaço conta com trilha sonora contínua e suave, que contribui para um clima de acolhimento e concentração. No entanto, não há locuções nem narrações guiadas, o que confere autonomia ao visitante, mas também gera lacunas interpretativas. A experiência poderia ser enriquecida com recursos sonoros explicativos, depoimentos históricos ou mediações interativas, ampliando o repertório de sentidos ativados durante a visita.

As interações diretas com os objetos são bastante limitadas. O visitante pode se aproximar de painéis e vídeos, que são ativados automaticamente, mas não existe a possibilidade de interagir com os conteúdos, comentar, curtir ou deixar registros da visita. Além disso, não há funcionalidades de acessibilidade como texto alternativo, audiodescrição, Libras ou comandos específicos por teclado, o que representa uma limitação importante diante dos princípios de museologia inclusiva.

Apesar disso, o ambiente conta com um chat ao vivo e permite encontros em grupo, o que oferece potencial para visitas mediadas, eventos, oficinas e rodas de conversa, desde que bem explorados por uma curadoria participativa. A usabilidade geral do ambiente é positiva em termos de acesso: o link é aberto e não exige login, o que facilita a entrada. A curva de aprendizado, contudo, é média, já que a navegação exige alguma familiaridade com plataformas de metaverso. O tempo de carregamento é razoável, dependendo da qualidade da conexão, e a plataforma é compatível com navegador, dispositivos móveis e óculos de realidade virtual.

Em relação à navegabilidade, o uso do Spatial.io permite que o visitante se mova livremente com um avatar em perspectiva tridimensional. A visualização em primeira ou terceira pessoa proporciona uma imersão moderada, com percepção de profundidade e orientação espacial. No entanto, a ausência de mapas, sinalizações ou marcadores visuais dificulta a organização da visita, especialmente para usuários menos experientes em ambientes 3D. A experiência, portanto, favorece a exploração espontânea, mas carece de apoio interpretativo e estrutura curatorial mais clara.

No que se refere à interatividade, ela é restrita aos comandos básicos de movimentação e à ativação automática de conteúdos. Não há ferramentas que permitam ampliar ou manipular os objetos digitais, responder a perguntas, personalizar trilhas de visita ou acessar conteúdos de forma diferenciada. A

ausência de jogos, quiz ou propostas gamificadas também reduz o dinamismo da experiência, restringindo o visitante ao papel de espectador, em oposição à ideia de um museu dialógico e participativo.

A acessibilidade digital do ambiente é praticamente inexistente. Não há narração por voz, audiodescrição ou tradução em Libras. Os textos informativos estão inseridos como imagens, o que impede sua leitura por leitores de tela. Também não há ajustes visuais para contraste, tamanho de fonte ou linguagem simplificada, nem modos de navegação assistiva para pessoas com deficiência visual, auditiva ou cognitiva. Essa falta de acessibilidade compromete o princípio da democratização do acesso cultural e exclui diversos públicos do desfrute pleno da experiência.

A narrativa museológica prioriza uma linha institucional, centrada nos 140 anos da Cia. Hering e na exposição “Tempo ao Tempo”. Ela articula tradição têxtil, inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, mas o faz a partir de um ponto de vista único, sem problematização ou abertura a múltiplas vozes. Faltam conexões com o território de Blumenau, com o operariado têxtil e com as comunidades locais. Também não há envolvimento de curadores externos ou articulações com políticas públicas de memória. Assim, a curadoria cumpre seu papel institucional, mas não mobiliza a reflexão crítica ou o engajamento social mais amplo.

Por fim, o engajamento simbólico é construído com base em elementos afetivos como slogans, logos históricos e imagens icônicas da marca. A ambientação sonora e visual é coerente com o universo simbólico da Hering, e o vídeo comemorativo contribui para uma narrativa emocional sobre a trajetória da empresa. No entanto, o engajamento se mantém passivo: não há espaços para compartilhamento de memórias, dinâmicas participativas ou ativação de narrativas colaborativas. A ausência de escuta e de estratégias de coautoria limita a experiência a um modelo comunicacional unidirecional, do museu para o público, sem que este possa intervir ou cocriar.

O Museu Hering no Metaverso configura-se como uma experiência museológica emergente que combina elementos de museu corporativo e museu cultural, resultando em um modelo híbrido de comunicação institucional e mediação patrimonial. A partir de uma narrativa imersiva construída sobre a trajetória histórica

da Cia. Hering, a instituição projeta sua identidade organizacional em um espaço digital tridimensional, acessível e esteticamente elaborado. Essa operação de transposição simbólica da memória empresarial para o ambiente do metaverso representa uma estratégia relevante no campo da cibermuseologia, principalmente por posicionar a marca em consonância com as novas formas de circulação de saberes e de engajamento sensível no ciberespaço.

Entretanto, apesar de sua proposta inovadora, o museu ainda opera sob uma lógica de comunicação predominantemente unidirecional. A ausência de mecanismos interativos mais robustos, bem como a carência de dispositivos de acessibilidade e mediação educativa, evidencia uma curadoria que privilegia a exposição de conteúdos previamente definidos, em detrimento da participação ativa do público. Isso aponta para a necessidade de amadurecimento conceitual e técnico da proposta museológica digital, sobretudo no que se refere à ampliação das possibilidades de escuta, coautoria e produção compartilhada de sentido entre instituição e visitantes.

A curadoria digital do Museu Hering no Metaverso articula-se em torno de temas centrais à história da marca, como a produção têxtil, a inovação tecnológica, a responsabilidade socioambiental e o design industrial. Esses conteúdos são apresentados de maneira não linear, em consonância com a lógica da navegação por redes e hipertextos, o que permite ao visitante construir percursos próprios de leitura e fruição. No entanto, essa liberdade espacial não se traduz, necessariamente, em liberdade interpretativa, uma vez que os recursos interativos são limitados e não há abertura para que o público interfira no conteúdo, comente ou compartilhe suas próprias memórias, o que compromete o potencial dialógico do ambiente.

Do ponto de vista da mediação simbólica, nota-se uma forte ênfase na dimensão estética da experiência, por meio do uso de elementos gráficos tridimensionais, iluminação cuidadosamente planejada e ambientação sonora suave. Esses recursos reforçam a imersividade e contribuem para a criação de um ambiente agradável e acolhedor. No entanto, persistem limitações importantes quanto à acessibilidade, como a inexistência de tradução em Libras, audiodescrição ou ferramentas de navegação assistida, o que restringe a experiência a públicos com plena autonomia digital e física. Ademais, a pouca abertura à participação ativa

dos visitantes fragiliza a dimensão coletiva e inclusiva que caracteriza as práticas museológicas mais críticas e contemporâneas.

Ainda assim, o Museu Hering no Metaverso deve ser reconhecido como um espaço simbólico de memória digital que ultrapassa o papel de vitrine corporativa. Sua inserção no metaverso amplia as possibilidades de circulação institucional e cultural da marca, projetando sua narrativa histórica em uma nova ambiência comunicacional, acessível a públicos diversos e geograficamente dispersos. Nesse sentido, o museu digital constitui-se como um território em disputa: entre a exibição institucional e a mediação patrimonial, entre a estética e a ética da memória, entre a inovação tecnológica e os princípios democráticos da museologia crítica. Seu desenvolvimento futuro dependerá da capacidade de incorporar práticas curatoriais colaborativas, princípios de acessibilidade universal e estratégias de envolvimento efetivo dos públicos na construção da experiência museológica digital.

6 Articulação teórica: cibercultura, museologia crítica e comunicação digital

Os resultados da análise do Museu Hering no Metaverso evidenciam que, embora a iniciativa represente um avanço em termos de presença institucional no ciberespaço, ela ainda opera sob uma lógica predominantemente expositiva e unidirecional, o que tensiona as expectativas teóricas da museologia crítica e da comunicação digital dialógica.

A partir da perspectiva da cibercultura, como definida por Lévy (1999), observa-se que o metaverso inaugura um novo regime de espacialidade simbólica, no qual a memória e o patrimônio deixam de depender da materialidade física para serem ativados em ambientes digitais tridimensionais, interativos e imersivos. No entanto, a mera transposição estética de um acervo para o metaverso não é suficiente para garantir a qualidade da mediação cultural, que deve ser compreendida como processo comunicacional, simbólico e social.

Morigi e Chaves (2021) propõem a noção de “teias conectivas” para descrever os novos arranjos de mediação que emergem em ambientes digitais, caracterizados pela descentralização do saber, pela participação ativa dos públicos e pela circulação de narrativas plurais. No caso do Museu Hering, embora a estrutura do ambiente favoreça a descoberta não linear, a ausência de mecanismos

de escuta, interatividade e acessibilidade limita a configuração de uma curadoria colaborativa e inclusiva.

Sob o ponto de vista da comunicação digital, a crítica de Santos (2023) se mostra pertinente: muitas instituições culturais ainda operam no ambiente virtual com lógicas comunicacionais tradicionais, centradas na emissão de conteúdo e no controle da narrativa, negligenciando os potenciais interativos, relacionais e cocriativos da cultura digital. Isso se verifica na falta de abertura à participação dos visitantes do museu no metaverso, que são posicionados como espectadores e não como coautores da memória institucional.

Por fim, à luz da museologia crítica, é importante retomar os alertas de Berardi (2017) sobre os efeitos subjetivos e sociais da mediação algorítmica. A estetização do conteúdo e a espetacularização da experiência digital, comuns nas estratégias imersivas de marca, podem, se não forem acompanhadas de curadorias críticas, resultar em formatos encantadores, mas esvaziados de debate, diversidade e função social. O desafio, portanto, está em articular estética, tecnologia e participação, sem abrir mão do compromisso com a democratização do acesso à memória e à cultura.

Assim, o Museu Hering no Metaverso se apresenta como um caso emblemático dos limites e potências da museologia digital contemporânea, apontando para a urgência de se pensar curadorias sensíveis às redes, projetos museológicos cocriativos e mediações comunicacionais éticas e inclusivas no ciberespaço.

7 Considerações Finais: entre a presença e escuta no território digital

O Museu Hering no Metaverso nos oferece mais do que uma visita virtual: ele nos confronta com as tensões constitutivas do museu na era da cibercultura. Ali, a memória empresarial é convertida em narrativa estética imersiva, e o acervo torna-se cenário para a circulação simbólica da marca. Mas, ao mesmo tempo que avança na ocupação de uma nova ambiência museológica, a proposta tropeça nas promessas ainda não cumpridas da mediação digital: a escuta, a coautoria, a acessibilidade.

Há mérito inegável na iniciativa: é raro encontrar, no Brasil, um museu de marca que se aventura a pensar-se para além do marketing, incorporando camadas de responsabilidade social, historicidade e vínculo territorial. Ao se projetar no metaverso, o Museu Hering atualiza sua vocação para o diálogo com o futuro, ainda que o faça a partir de um enredo em que o público permanece como espectador e não como sujeito ativo da memória.

A visita, embora agradável, carece de fricção. A curadoria é polida, mas silenciosa. A tecnologia é presente, mas não interrogada. Faltam perguntas, e faltam espaços onde o público possa colocá-las. Faltam vozes plurais, camadas de escuta, espaços de dissenso. O museu ainda não performa plenamente como território de disputa simbólica, mas como vitrine fluída, elegante, sim, mas ainda pouco dialógica.

Essa constatação, no entanto, não desqualifica o experimento. Pelo contrário: revela seu caráter embrionário e aponta caminhos. O metaverso não precisa ser apenas um palco de simulação estética. Ele pode, e deve, ser campo de insurgência curatorial, de práticas educativas ampliadas, de memória construída em rede, com e para múltiplos públicos. Para isso, será preciso tensionar os limites do design institucional e colocar em cena aquilo que muitas vezes é evitado: o imprevisível, o diverso, o contraditório.

Talvez o desafio contemporâneo dos museus digitais não seja mais o de ocupar o ciberespaço, mas de fazer dele um espaço habitável — onde escutar seja tão importante quanto mostrar, onde cocriar seja tão legítimo quanto exhibir. O Museu Hering no Metaverso está a caminho disso. E esse caminho, ainda que incompleto, já nos diz muito sobre os rumos e os riscos da museologia em tempos de algoritmos.

Referências

ALBAGLI, Sarita. *A informação e o espaço geográfico: a nova ordem informacional*. Brasília: Editora da UnB, 2004.

BERARDI, Franco. *Futurabilidade: o tempo e a política*. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

FERNANDES, Luciana. *Museus na era digital: desafios e possibilidades*. Rio de Janeiro: FGV, 2021.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Jacqueline. *Museus no Metaverso: curadoria e presença em territórios imersivos*. Revista Brasileira de Museologia, 2024 (no prelo).

MALHEIROS, Amélia. CURY, Marília Xavier. Seminário interdisciplinar em museologia: fronteiras regionais e perspectivas nacionais. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2014.

MORIGI, Valquíria Johnsson; CHAVES, Rafael Teixeira. *Museus, redes e mediações: práticas museológicas em contextos digitais*. Anais do Encontro Nacional de Museus, 2021.

PEREIRA, Itamar de Carvalho. *Metaverso: interação e comunicação em mundos virtuais*. Brasília: Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, 2009.

SANTOS, Luiza Sant'Anna. *Museus nas redes: curadoria e escuta no Instagram da Pinacoteca*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – USP, 2023.

SITE OFICIAL. *Museu Hering no Metaverso*. Disponível em: <https://www.museuheringnometaverso.com.br/> Acesso em: jun. 2025.

SILVA, Carmen; MELO, Ana. *Museus em pandemia: digitalização e desafios*. In: *Museologia e Crise*. Belo Horizonte: Fino Traço, 2021.