
Patrimônio Cultural e virtualização do Museu do Futebol pelo Google Arts & Culture¹

André Quintão da SILVA²

Aline Pereira LOPES³

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O estudo explora o Museu do Futebol no Pacaembu, localizado em São Paulo/SP, como objeto de análise, examinando sua relevância na construção de narrativas culturais e identitárias no Brasil. Baseado em conceitos de patrimônio, cultura popular e virtualização, a metodologia envolve a análise das exposições virtuais do museu, feitas por meio do *Street View* e fornecidas através do *Google Arts & Culture*. O Museu do Futebol é considerado uma ferramenta lúdica e educativa que reflete a cultura da convergência, enriquecendo a compreensão sobre o esporte e sua ligação com a sociedade. No entanto, desafios de acesso, representatividade e democratização também são abordados. Em conclusão, o estudo ressalta a importância de museus virtuais na disseminação cultural, mas enfatiza a necessidade de análises críticas para garantir a preservação e promoção da memória cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Museu do Futebol; Patrimônio Cultural; Virtualização; Google Arts & Culture.

INTRODUÇÃO

Este trabalho investiga a virtualização de museus através da plataforma digital *Google Arts & Culture*, explorando como o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicações (TICs) tem proporcionado uma diversidade de usos e aplicações dos acervos museológicos. Esse contexto oferece diversas perspectivas de análise no que diz respeito às mediações e à musealização dos patrimônios culturais, revelando uma riqueza de possibilidades de investigação.

No âmbito dessa discussão, a digitalização e virtualização do Museu do Futebol oferecem uma oportunidade de criar exposições on-line que não estão disponíveis em seu espaço físico, no Estádio do Pacaembu, em São Paulo/SP. Esse processo de virtualização

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação Social pela UFMG, e-mail: andreqwntao@gmail.com

³ Graduada em História pela UFMG, e-mail: aline.apl@hotmail.com

expande a narrativa do museu, preenchendo as lacunas existentes em relação às diferentes manifestações de futebol, abrangendo uma diversidade de expressões e formas conhecidas como futebolis. neste contexto, esta pesquisa visa aprofundar a análise sobre as fontes selecionadas pelo museu para a construção de sua exposição de longa duração e a forma como esta exposição constrói a narrativa da identidade nacional relacionada ao futebol, reivindicando o esporte como patrimônio cultural.

Para isso, é fundamental estabelecer uma base conceitual sólida. Assim, a noção de patrimônio cultural emerge como um ponto central do debate, englobando os elementos que uma sociedade carrega atribuindo significados e valores distintos aos processos culturais. Assim como o conceito de musealização como processo de transformação do objeto, lugar ou tradição em objeto museal, destacando-se como uma ação mediadora para construir e comunicar significados culturais.

Dessa forma, a plataforma *Google Arts & Culture*, apresenta-se como um espaço de museus virtuais que abarca uma variedade de usos e finalidades. Ao mesmo tempo em que oferece a oportunidade de democratização do acesso ao patrimônio cultural, ela também desvela uma série de desafios e problemas. A falta de interatividade real, a ausência de mediação museal e a limitação de recursos como vídeos e áudios são exemplos dessas questões, que impactam a experiência do público.

A análise dos resultados dessa virtualização oferece perspectivas valiosas, levando à compreensão de como a virtualização museológica permite a expansão das narrativas, abrangendo diversos aspectos culturais do futebol. No entanto, também ressalta a importância de uma abordagem mais abrangente, incluindo a diversificação de fontes, e a necessidade de aprimorar a mediação e interatividade para uma experiência mais completa e envolvente para os visitantes virtuais.

Desta forma, esta pesquisa busca trazer à tona as oportunidades e desafios que surgem com a virtualização dos museus, especialmente no caso do Museu do Futebol. Ela procura ampliar nossa compreensão sobre como a digitalização e as plataformas virtuais podem influenciar a construção de narrativas culturais, a musealização do patrimônio e os diferentes modos de interação entre o público e as exposições virtuais.

PATRIMÔNIO E MUSEALIZAÇÃO VIRTUAL

O patrimônio possui um caráter social e uma diversidade de valores que podem ser estéticos, científicos, educativos, mercantis, simbólicos, de comunicação ou apropriação (BENHAMOU, 2016, p. 15). Ao observar a associação desses valores patrimoniais com a sociedade, percebemos que eles não são estáticos, mas se transformam com o tempo e o espaço. Esse caráter social faz ser necessário o reconhecimento da adesão coletiva e referências culturais. É por meio desse engajamento e identificação que o patrimônio se torna significativo para a comunidade. No caso do futebol e dos museus, a defesa do patrimônio com estádios, torcidas e eventos são indicadores cruciais para medir sua capacidade de mobilização social e importância para construção de identidades (BENHAMOU, 2016, p. 20).

O avanço das TICs transformou diversas atividades sociais após a popularização dos celulares, computadores e internet. A própria produção da indústria cultural vem, nas últimas décadas, sofrendo mudanças. Assim, as produções científicas também conseguiram criar mecanismos de interação, comunicação e difusão de conhecimento.

Em seu texto, Benhamou defende o caráter social que o patrimônio possui e, da mesma maneira, a diversidade de valores que pode ter, podendo ser um valor estético, científico, educativo, mercantil ou simbólico, além dos valores de comunicação e apropriação realizada por cada patrimônio. Nesse sentido, Benhamou afirma que os “valores científicos (o de um sítio arqueológico) ou simbólicos (o de uma igreja rural) fortes podem acompanhar um valor mercantil nulo ou muito fraco” (BENHAMOU, 2016, p. 25).

Com isso, podemos refletir sobre as associação desses valores com a sociedade, suas transformações econômicas, geográficas e temporais. Ao colocar os patrimônios enquanto elementos sociais, Benhamou acrescenta, então, que é necessário também que o patrimônio tenha adesão coletiva e referências culturais. Dessa maneira, é possível medir essa capacidade de mobilização social patrimonial, no cenário francês, através do voluntariado e da defesa do patrimônio.

A partir da reflexão do impacto social que a patrimonialização possui e a construção de vínculos, o autor francês evoca outros autores para pensar no significado das restaurações, assim como Henri-Pierre Jeudy (2005), outro autor que problematizou o processo de restauração dos bens patrimoniais. Benhamou apresenta um exemplo aos leitores, o arquiteto parisiense do século XIX, Eugène Viollet-le-Duc, que se empenhou, ao longo de sua vida, em restaurar construções da Idade Média. Como característica da sua metodologia, Eugene fazia restaurações que buscavam "restabelecer" o edifício num estado completo, indo além de

apenas consertar o necessário. Com isso, ele pode ter, inclusive, empregado sentidos que não existiram no passado.

Dessa maneira, o autor problematiza as restaurações feitas no processo de patrimonialização, trazendo que “para Ruskin, é preferível abandonar à morte um edifício a roubar-lhe a alma com tantas restaurações” (BENHAMOU, 2016, p. 25). Com essa ideia, podemos então refletir sobre esse impacto de alteração que a restauração pode causar e, talvez, também pensar no apagamento das mudanças causadas pelo tempo, e uma tentativa de congelamento da História. Nesse sentido, Benhamou traz que, no caso francês existe a criação do conceito de obras de arte nacionais, que são prestigiadas, não podem ser exportadas e carregam a identidade da Nação a partir da sua preservação.

A visão do patrimônio enquanto construtor de uma identidade nacional pode ser vista também ao pensarmos em outros lugares além da França. Como por exemplo o *Museum Olympic Athens*, inaugurado em 2021, que cria, em sua exposição permanente, uma linha do tempo em que narra a história do esporte da Antiguidade à atualidade. Através dessa construção, o museu busca, além da construção do fair play como valor universal, destacar “o papel fundamental da Grécia na promoção do Olimpismo e a promoção de Atenas como Capital Olímpica” (MUSEUM OLYMPIC ATHENS, 2023).

Por sua vez, diversos museus de futebol se encontram dentro das estruturas dos estádios de futebol, construindo a narrativa da história do futebol sendo escrita por atores inseridos nestes espaços. Este é o caso do Museu do Futebol, no Estádio do Pacaembu, em São Paulo/MG, e em diversos outros estádios reformados para a Copa do Mundo FIFA 2014, como os museus do futebol localizados no Mineirão, em Belo Horizonte/MG e no Maracanã, no Rio de Janeiro/RJ; como também o Museu do Bahia, na Fonte Nova, em Salvador/BA. Em caso de museus internacionais, podemos citar o *Museo de Colo Colo*, no Estádio Monumental, em Santiago do Chile; e o *Museo del Toluca*, na cidade de Toluca, no México.

Este fato não limita a ocorrência apenas na modalidade do futebol, o Museu de Esportes de São José dos Campos, no estado de São Paulo, também se localiza nas dependências de um estádio, o Estádio Martins Pereira. E o *Australian Sports Museum*, localizado no Melbourne Cricket Ground, na cidade australiana de Melbourne.

Por fim, também é possível refletir sobre a criação de museus de esporte que são construídos nas sedes de federações ou organizações esportivas, questionando-se sobre a construção da imagem do esporte com essas instituições. Neste caso, pode-se citar o Museo

del Fútbol Sudamericano, na sede da Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL), em Assunção, no Paraguai, e o *Museo del Fútbol Ecuatoriano*, na sede da Federação Equatoriana de Futebol (FEF), em Quito, no Equador.

Os exemplos anteriores reforçam o que Bernhamou fala no seu texto que os desejos da preservação patrimonial, principalmente os patrimônios científicos e técnicos, aparecem no século XIX (BENHAMOU, 2016, p. 28). Assim, é importante localizarmos esse ideal em um contexto de construção de símbolos nacionalistas, de retorno ao passado pela estética do romantismo e pelo positivismo que impunha a ideia da História *Magistra vitae*, ou seja, um passado pronto que serve para ensinar os passos para o progresso.

Com esse papel nacionalista, a patrimonialização ganha então um objetivo de manutenção dos símbolos e das relíquias, passando de geração para geração. Assim, o autor francês coloca a problemática de que “cada geração oferece uma interpretação diferente do passado e depreende dela ideias novas” (BENHAMOU, 2016, p. 30). Ou seja, apesar de ter um papel de manutenção, o processo de construção de novos significados para uma mesma relíquia também faz parte do processo de patrimonialização, o que tem impacto também nas ações de preservação do patrimônio, afinal, qual desses significados são invocados no processo de preservação e restauração?

Nesse sentido, é importante refletir sobre as diferentes narrativas que são apresentadas em museus a partir dos significados construídos em torno dos itens preservados ou restaurados. Tanto em museus virtuais, quanto em museus com espaços físicos, existem narrativas construídas e que são apresentadas ao público. Todavia, mesmo quando um mesmo objeto é inserido nos dois tipos de museus, ele pode não invocar o mesmo significado por quem o lê. Seja devido a mediação museal, conhecimento prévio do tema ou qualidade da peça exposta, uma exposição virtual e uma exposição física serão sempre diferentes, mesmo que o objeto apresentado seja igual.

A criação de museus que guardam relíquias da história de determinada cidade ou país não é novidade. Na primeira metade do século XX, a república brasileira, bem como o próprio ideário de nação encontravam-se em processo de construção. Em sua obra *A Biologia Militante*, a historiadora Regina Horta disserta acerca da ciência nessa nação que era construída na primeira metade do século XX. Para isso, a autora usa como fio condutor a história do Museu Nacional do Rio de Janeiro, buscando mostrar também os acordos políticos e científicos feitos.

Para a historiadora, o Museu Nacional era um grande difusor da ciência e de ideais escolhidos como importantes para a construção da nação. Por isso, a parceria do Estado foi muito forte desde o século XIX, já que ele tinha um diferencial pedagógico, com iniciativas de difusão científica, que ensinava jovens e adultos sobre a história natural do lugar onde moravam, tratando a natureza de forma quase romântica e culminando para que a natureza se tornasse um patrimônio nacional.

Todavia, quando pensamos nestes espaços de musealização em formato virtual é possível apresentar ricas discussões sobre formas, usos e contradições. Dessa maneira, nos últimos anos, o tema se tornou assunto entre os museólogos e outros cientistas que pensam os Museus. Segundo Henriques (2018, p. 56), “a primeira vez que o termo museu virtual apareceu foi num artigo de Dennis Tsichritzis e Simon Gibbs, do Centro Universitário de Informática da Universidade de Genebra, apresentado durante a Conferência do ICHIM em 1991”, isso significa que o conceito de “museu virtual” é recente, tendo sua consolidação posterior a entrada do século XXI, com a disseminação do acesso à internet.

Apesar de parecer uma ideia simples em que exista um portal na internet que apresente fotos ou vídeos de fontes históricas que antes estavam em uma sala de algum museu de alguma cidade, Henriques nos traz uma importante discussão: um site de um museu não o torna um museu virtual. Para a autora, “só pode ser considerado museu virtual, aquele que tem suas ações museológicas, ou parte delas trabalhadas num espaço virtual, uma vez que somente através das ações museológicas é que poderá acontecer uma completa mediação entre o museu e o seu público.” (Henriques, 2018, p. 63).

Tal entendimento é essencial para pesquisadores quando se analisa o *Google Arts and Culture*, plataforma do Google que possibilita acesso virtual a museus de vários países do globo. Essa ferramenta foi criada em 2008, por Clara Rivera, trabalhadora da companhia na Espanha. Na época, a equipe elaborou um projeto local de divulgação de da arte e dos museus em colaboração com o Museu Nacional do Prado que recebeu o nome de *Obras Maestras del Prado en Google Earth* que era acessado pelo *Google Earth*, um programa da mesma empresa que permite interação com um modelo 3D do globo terrestre. Assim, o projeto apresentava mapas do museu e permitia contemplar 14 obras que ficavam em exposição na sede física do Museu Nacional.

Após o sucesso da iniciativa espanhola, a empresa estadunidense investiu em criar parcerias com outros museus do mundo, fazendo com que surgisse uma plataforma própria

intitulada *Google Arts & Culture*. Atualmente, o espaço virtual conta com parceria com mais de 2.000 instituições culturais, tendo mais de 6 milhões de imagens e mais de 6.000 exposições na internet, tendo como justificativa, a democratização do acesso à cultura (LOMBAO, 2020, p. 162).

Dessa forma, os museus virtuais surgem como possibilidade de democratização do acesso a grandes instituições, como o Museu do Louvre. A partir desses espaços de acesso pela internet, o visitante pode conhecer instituições museológicas da França, Estados Unidos ou Itália em um só dia, com apresentações de acervos que partem desde objetos físicos, até criações iconográficas digitais (LOUREIRO, 2004 *apud* AQUINO *et al*, 2007).

Contudo, as inovações e a democratização das plataformas de virtualização dos museus devem ser analisadas com cautela e dentro do contexto socioeconômico e cultural que o acessa. Para Canclini (1999), a abertura das escolas e museus, as suas gratuidades e ações difusoras, não garantem a acessibilidade, uma vez que a capacidade de apropriação do capital cultural transmitido ao público está diretamente relacionada à escala econômica e educacional deste público (CANCLINI, 1999, p.17).

Assim, podemos apontar como fatores a falta de mediação e de letramento digital de parte da população. Dessa forma, “as desigualdades na formação e apropriação do patrimônio cultural são espaços de luta material e simbólica” (CANCLINI, 1999, p.18), tornando essencial o questionamento do papel das narrativas do Museu do Futebol na formação das identidades, das comunidades imaginadas e do hibridismo latino-americano (HALL, 2006).

As investigações referentes às relações entre patrimônio e esporte são observadas por novas formas de representação do patrimônio cultural. Isso se deve ao fato de, nos últimos anos, a cultura popular ter passado a ocupar “uma nova forma de olhar, alargando (e esgarçando) a perspectiva do que se entende como patrimônio” (FONSECA e PERES, 2020, p.81). Assim, à medida que o futebol masculino brasileiro é utilizado para representar a identidade e a história do país ele passa a ser visto pelos poderes políticos e estudos acadêmicos como patrimônio cultural.

VIRTUALIZAÇÃO DO MUSEU DO FUTEBOL

Inaugurado em 29 de setembro de 2008, o Museu do Futebol ocupa uma área de 6.900m² do espaço abaixo das arquibancadas do Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, o Pacaembu, em São Paulo/SP. O museu é administrado pela Organização Social

de Cultura IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, uma organização privada, e foi criado a partir de uma parceria entre o Governo do Estado de São Paulo e a Fundação Roberto Marinho.

A exposição de longa duração do Museu do Futebol é formada por 15 salas, dando forma a um percurso que constrói uma história do futebol e do país. De acordo com o museu, este percurso instiga “o visitante a experimentar sensações e compreender por que, no Brasil, o futebol é mais do que um esporte: é nosso patrimônio, parte de nossa cultura e de nossa identidade” (MUSEU DO FUTEBOL, 2023).

Disponível virtualmente na plataforma *Google Arts & Culture*, o museu apresentava, em inspeção realizada no dia 5 de julho de 2023, um total de 21 exposições on-line, chamadas de “histórias”, e 1.128 itens digitalizados. Também é possível visualizar a exposição de longa duração do museu através dos recursos de *Street View*, ferramenta que permite ao público apreciar detalhes e explorar os corredores do museu de forma online e com imagens em 360°.

A adesão do Museu do Futebol ao *Google Arts & Culture* é uma forma de tornar o acesso e a experiência democratizadora, permitindo que as pessoas explorem suas exposições de forma virtual, seja para aprender ou se entreter com as histórias do esporte e seus entrelaçamentos com a história e identidade nacional.

O museu conta com telas interativas, projeções, jogos e simuladores que permitem aos visitantes vivenciar o universo do futebol de forma participativa. Essa abordagem inovadora e interativa contribui para atrair e engajar pessoas de diferentes idades e interesses. Enquanto Hollanda e Ribeiro (2021) exploram o papel pioneiro dos Museus da Imagem e do Som do Rio de Janeiro e de São Paulo na criação de acervos de entrevistas sobre futebol no Brasil. Com ênfase na forma como esses museus realizaram entrevistas com jogadores, técnicos, jornalistas esportivos e dirigentes, o trabalho destaca o impacto desses projetos na percepção do futebol como parte integrante do contexto cultural e artístico dessas instituições.

Nesse sentido, serão objeto de análise a relação do Museu com a Fundação Roberto Marinho, instituição ligada à Rede Globo de Televisão, principal emissora brasileira, que foi a fundadora do Museu do Futebol de São Paulo. A partir disso, será possível observar a construção de memórias e de identidades para a formação de uma cultura de valorização do Futebol no Brasil. Além disso, será observado as formas de apresentação dos contextos históricos perpendiculares aos eventos esportivos, refletindo sobre a narrativa proposta pelas salas temáticas na construção de uma história do futebol. Após visita à plataforma de *Street*

View do Museu do Futebol fornecida pelo *Google Arts & Culture*, encontramos as seguintes exposições, apresentadas de acordo com seus níveis físicos. Registra-se que, ao acessar o *Street View* do Museu do Futebol, o visitante virtual é enviado diretamente ao último nível, para a Sala da Copa. Porém, para este estudo, optamos por começar a visitação do Térreo, buscando ter a experiência do público que tem a oportunidade de ver a exposição presencialmente.

Térreo

A jornada do público ao Museu do Futebol é iniciada por uma imagem que o posiciona a frente da primeira catraca do museu. Localizado no térreo, o visitante pode explorar uma área aberta e grande, contendo as vitrines da loja *Futebol Super Store*, com manequins masculinos vestindo uniforme dos times: Palmeiras, Fluminense, São Paulo, Grêmio e Atlético Mineiro e da Seleção Brasileira.

Ainda ao explorar este nível, o visitante é capaz de visualizar uma maquete que representa o Estádio do Pacaembu e, por fim, a primeira exposição: Sala Grande Área. Neste espaço, são apresentadas reproduções de objetos diversos que remetem a itens antigos do futebol e, de acordo com a descrição fornecida pelo museu, fazem parte da memória afetiva do futebol, são dezenas de flâmulas, selos, cartões postais e outras imagens que se referem a diversos clubes de futebol do Brasil. A visão em 360º do *Street View* também permite ao visitante a estrutura das arquibancadas do Estádio Pacaembu, que está “sobre a sua cabeça”.

1º Andar

Ao subir para o primeiro andar, o visitante se depara com um totem projetando a imagem de Pelé. Para o visitante virtual esta é apenas uma imagem estática e de pouca interação. Este totem se trata de uma mensagem de boas-vindas ao museu, gravada por Pelé. Porém, na exploração através da ferramenta do *Google Arts & Culture* não há explicações nem forma de interações com o totem, que fez ser necessário sair da plataforma para acessar o site oficial do Museu do Futebol e buscar a explicação.

Continuando o percurso o visitante é levado à Sala Pé na Bola. Neste espaço, um corredor, estão localizadas diversas televisões que, para o visitante virtual, são apenas imagens em tons claros e que não dizem nada. Mais uma vez foi necessário buscar informações externas para descobrir que se trata da Sala Pé na Bola, que retrata os futebóis

praticados por crianças. Na sequência, chega-se à Sala Anjos Barrocos, essa sim identificada, que homenageia 27 jogadores e jogadoras que marcaram gerações.

Atenta-se aqui para uma divergência de informações. A informação disponível através da virtualização do Museu do Futebol informa que são 25 jogadores homenageados. Porém, uma vez que, no totem do Pelé e na Sala Pé na Bola abrimos o site para buscar mais informações, nota-se que as informações fornecidas no site indicam que são 27 jogadores e jogadoras homenageadas, acrescentando a informação de que as imagens são expostas de forma a fazer com que parecem flutuar no espaço, ao som compassado de atabaques, sendo esta uma experiência interativa que não é possível de ser usufruída pelo visitante virtual.

Na sequência têm-se a Sala dos Gols e a Sala do Rádio, devidamente identificáveis pelo visitante virtual. Estas salas apresentam jogadas destes jogadores e jogadoras, permitindo que o visitante escolha o que assistir ou ouvir. Porém, mais uma vez o visitante é frustrado pela necessidade de dar vários cliques para seguir adiante sem poder aproveitar a experiência, uma vez que a virtualização do museu é feita apenas por imagens estáticas.

Assim termina o primeiro andar do Museu do Futebol no *Google Arts & Culture*, com o visitante não podendo interagir com nenhuma exposição e sem ter meios suficientes para compreender do que se trata o espaço.

2º Andar

Ao subir para o 2º andar do museu, o visitante se depara com diversas salas temática que buscam apresentar as diferentes dimensões e momentos da relação do futebol brasileiro com a história e cultura do país. Este andar tem início na Sala Origens, onde são expostas fotografias do século XIX até meados de 1930. A maioria dessas fotos representam contextos culturais e sociais de uma época amadora do futebol. Dando zoom, pode-se observar as fotografias com maior detalhe, registrando a existência de fotos de mulheres acompanhadas de seus maridos em eventos esportivos e outras ocasiões, assim como a representação de homens negros. De acordo com o museu, as imagens buscam demonstrar a miscigenação do esporte, marcada pela profissionalização na década de 1930, e a interrupção abrupta da trajetória do futebol feminino.

Seguindo adiante, chega-se à Sala dos Heróis onde, de acordo com placa descritiva no museu, são homenageadas 20 personalidades brasileiras que representam o Brasil através de suas miscigenações culturais. Mais uma vez o visitante virtual não tem nada mais a fazer além

de seguir adiante, sem conseguir interagir com o tema ou ver quais são as 20 personalidades, uma vez que as telas estáticas mostram apenas Di Cavalcanti e Pixinguinha.

Em um corredor que conecta as salas anteriores ao restante do Museu do Futebol está a Sala dos Ritos de Passagem. Esta sala exibe um vídeo da derrota da Seleção Brasileira na Copa de 1950. As imagens captam lances e emoções do público presente na partida. Porém, novamente, na modalidade virtual não há nenhuma explicação sobre a sala, fazendo com que as informações tenham que ser buscadas em sites externos ao *Google Arts & Culture*.

A Sala das Copas é a sala seguinte, e também é a sala em que o visitante é colocado logo após acessar a ferramenta de *Street View* do *Google Arts & Culture*. Essa sala apresenta diversas televisões em pilastras diferentes, onde cada pilastra representa uma década. Nas televisões é possível observar informações relacionadas a participação do Brasil nas Copas do Mundo, assim como fatos relevantes, nacionais e internacionais, destes períodos.

Assim, é possível observar escritas e imagens como: “Nos salões do Copacabana Palace, eram realizados os grandes desfiles de moda de gala. Era o Rio de Janeiro dos anos dourados”, referente à década de 1950; e “Hebe Camargo, presente na da televisão brasileira, em 1950, permanece no comando de seu programa, São Paulo, 1979”, sobre a década de 1970; “Hortência e Paula, mãos mágicas que levam o basquete feminino brasileiro ao título mundial”, sobre a década de 1990. Seguindo o tour pelo museu, chega-se a Sala Pelé-Garrincha, que conta com a exposição da camisa que Pelé usou na final da Copa de 1970, contra a Itália.

Passando pela passarela Radialista Pedro Luiz, chega-se a última área do Museu do Futebol acessível pelo *Street View* do *Google Arts & Culture*. Na Sala dos Números, a primeira desta área, são mostradas curiosidades relacionadas ao futebol. Placas gigantes exibem as “17 regras do futebol”, passando a imagem de jogo simples. Ainda podem ser vistas sete réplicas de bolas, que demonstram as modificações ao longo do tempo e a evolução do design. Da mesma forma, também são exibidas réplicas de sete chuteiras, ilustrando as mudanças no calçado ao longo dos anos.

Por fim, a sala Dança do Futebol celebra a expressão artística do futebol. Bolas gigantes ocupam o ambiente, exibindo em seu interior filmes de dribles, gols, e defesas de atletas do futebol por meio de imagens do antigo cinejornal Canal 100. Parte dessa sala é dedicada às realizações e lutas das mulheres no futebol, sendo representadas através dos filmes “Pioneiras”, “Jogo Bonito” e “Campeonatos”, que destacam feitos importantes e

históricos das mulheres nesse esporte. Embora não seja possível assistir aos filmes através da interação com o *Google Arts & Culture*, a parte interna da bola possui placas explicativas bem localizadas, que facilitam a compreensão pelo visitante virtual.

No universo virtual do Museu do Futebol, o visitante é convidado a embarcar em uma jornada pela história do esporte e da cultura brasileira. As exposições do museu conduzem o visitante por um percurso repleto de informações, imagens marcantes e detalhes que, em diversos momentos, misturam de forma problemática a história do futebol brasileiro com a história do futebol paulista. Forma problemática, pois, este é um museu que almeja construir uma narrativa sobre o esporte nacional, ao contrário do Museu do Futebol localizado no Mineirão, em Belo Horizonte/MG, por exemplo. Dessa forma, o visitante deve se questionar sobre a completa ausência de referências sobre o futebol das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil. Também deve ser questionada a representação da história do futebol através da Seleção Brasileira. A ausência de informações sobre clubes e campeonatos causa certo desconforto, tirando a possibilidade de se ter identidades plurais através do esporte.

As salas temáticas oferecem um panorama amplo, abordando desde as origens do futebol no Brasil até as vitórias da seleção em Copas do Mundo. Os elementos como as placas gigantes das “17 Regras do Futebol”, as exposições de quadros, bolas e chuteiras, enriquecem a experiência, aproximando o visitante desse universo esportivo.

No entanto, a ausência de uma mediação museal nessa plataforma virtual limita a compreensão e interação com as exposições. A falta de explicações prévias sobre as funcionalidades da visita virtual pode deixar os visitantes perdidos e desorientados, dificultando a navegação e exploração completa das exposições. Assim como a ausência de um minimapa para nos situar no ambiente virtual também contribui para essa sensação de perda.

Outro aspecto que merece destaque é a falta de uma abordagem mais aprofundada sobre temas importantes, como machismo e racismo no futebol. Essas questões têm sido objeto de reflexão e debate na sociedade e teriam espaço para enriquecer a discussão no museu virtual, proporcionando uma visão mais completa e crítica do esporte.

Assim, a democratização do acesso é um dos pilares das exposições virtuais, permitindo que pessoas de diferentes partes do mundo tenham a oportunidade de explorar a história do futebol brasileiro. No entanto, essa democratização não se completa quando a experiência virtual carece dos vídeos, áudios e interatividades presentes nas visitas

presenciais. Apenas as fotos em 360º não são suficientes para transmitir a riqueza e vivacidade das exposições.

O Museu do Futebol virtual é um passo importante em direção à disseminação da cultura esportiva e sua história. No entanto, são necessários aprimoramentos na plataforma para que a experiência virtual esteja à altura das expectativas do visitante, que busca ter algo próximo a experiência presencial. Assim, se faz necessária a inclusão de elementos que ofereçam um contexto mais claro, interatividade enriquecedora e abordagens mais aprofundadas acerca de temas relevantes para a sociedade atual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das análises realizadas, é possível refletir sobre o contexto brasileiro e os processos envolvidos na preservação e valorização do patrimônio cultural. Assim como o caso francês trazido por Benhamou, o Brasil também apresenta instituições públicas responsáveis pelo controle burocrático dos bens materiais e imateriais, sendo guiados pelos processos de tombamento e de registro. O tombamento pode acontecer em níveis municipais, estaduais e nacionais, tendo como exemplo alguns conjuntos arquitetônicos de cidades brasileiras que são patrimônios tombados, como é o caso de Brasília, Ouro Preto e Belo Horizonte.

No cenário brasileiro, as diferenças entre patrimônio público e privado também é uma questão marcante. Enquanto certos acervos privados permanecem inacessíveis devido a restrições familiares ou custos de entrada, como por exemplo o Instituto Inhotim, um Museu de Arte Contemporânea em Brumadinho, Minas Gerais. Por sua vez, o registro é feito para os chamados bens imateriais, ou seja, as tradições e saberes culturais. Da mesma forma que acontece com o tombamento, ao requerer o registro de algum bem, a comunidade interessada precisa passar por um processo burocrático. Assim, os patrimônios no Brasil passam por processos de patrimonialização que, muitas vezes, podem atribuir significados que não existiram no passado ou servir para manutenção de uma história *Magistra vitae*, visando a manutenção de ideais conservadores.

Neste contexto, o Museu do Futebol se mostra como um espaço rico para discutir identidade e narrativas sobre o esporte no Brasil. A análise das salas temáticas disponíveis no *Google Arts & Culture*, e a exploração através da ferramenta de *Street View*, proporcionam ao usuário a possibilidade de se locomover pelos corredores do museu, observando as

exposições do acervo. Ao avaliar sua estrutura, finalidade e destinatários, surgem perspectivas de investigação nos campos de patrimônio, museologia e usos das plataformas virtuais.

Também se destaca o papel dos museus esportivos como ferramentas interdisciplinares de contato do público com fontes musealizadas. O exemplo do Museu do Futebol demonstra como a mediação tecnológica pode enriquecer o conhecimento por meio de um fenômeno socialmente relevante, como o futebol.

Entretanto, ao explorar mais a fundo a virtualização do Museu do Futebol, nos deparamos com uma série de desafios. A falta de mediação museal é evidente, tornando difícil para os visitantes compreenderem a proposta e as funcionalidades da visita virtual. A ausência de um minimapa para indicar a localização do visitante na exposição e a falta de interatividade são limitações que comprometem a experiência. Além disso, a concentração nas narrativas sudestinas do futebol brasileiro revela uma tendência que não reflete adequadamente a diversidade do futebol no país.

É notável também a ausência de uma exposição mais aprofundada sobre temas sensíveis como machismo e racismo no futebol, apontando para a necessidade de abordagens mais amplas e críticas. A democratização do acesso, embora seja um objetivo declarado das plataformas virtuais, enfrenta desafios como a falta de vídeos e áudios nas exposições, além da falta de interatividade real, já que se resumem a imagens estáticas.

Em síntese, a análise do Museu do Futebol e a exploração das possibilidades oferecidas pelas ferramentas virtuais apontam para a riqueza das narrativas culturais e esportivas. Enquanto essa abordagem proporciona um contato mais amplo com o patrimônio, as limitações observadas e os desafios apontados ressaltam a necessidade contínua de aprimoramentos. Assim, ao considerar tanto o potencial quanto as lacunas, as pesquisas no campo da comunicação, em diálogo com a história e a museologia, podem contribuir significativamente para o enriquecimento da preservação cultural e da educação por meio de museus virtuais. É imperativo, no entanto, que se busque soluções para os obstáculos mencionados, visando uma democratização efetiva e uma experiência enriquecedora para todos os públicos.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Mirian de Albuquerque. COSTA, Antonio Roberto Faustino. *et al.* A ciência em ação: o museu virtual de imagens da cultura africana e afrodescendente. *Revista Inclusão Social*, Brasília, v. 2, n. 1, p. 18-29, out. 2006/mar. 2007.

BENHAMOU, Françoise. Os territórios flutuantes do patrimônio. In: BENHAMOU, Françoise. *Economia do patrimônio cultural*. São Paulo: Edições SESC, 2016

CANCLINI, Néstor Garcia. "Los usos sociales del Patrimonio Cultural" En Aguilar Criado, Encarnación (1999). *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio* Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. 1999. p.16-33

DUARTE, Regina Horta. *A Biologia militante: o Museu Nacional, especialização científica, divulgação do conhecimento e práticas políticas no Brasil – 1926-1945*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010, 219 p.

FONSECA, Vivian; PERES, Fabio. Patrimônio Esportivo: propostas para um estado da arte. In *História do Esporte: Diálogos disciplinares*. (Orgs) MELO, Victor Andrade; FORTES, Rafael; PERES, Fabio; COUTO, André Alexandre Guimarães. Rio de Janeiro, RJ. 7Letras. 2020. p.79-90

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Org. SILVA, Tomaz Tadeu da. 15ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. p.103-133

HENRIQUES, Rosali. Os Museus virtuais: conceitos e configurações. *Cadernos de Sociomuseologia* (vol. 55) nº 12 -2018.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de; RIBEIRO, Raphael Rajão. Museus de fronteira e a musealização do futebol – o lugar da memória futebolística no campo museal brasileiro (anos 1960- 1990). *Museologia E Patrimônio*. 2021. p. 121-147.

JEUDY, Henri-Pierre. *Espelho das cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005, p. 87.

LOMBAO, C. Reigosa. Google Arts & Culture y los museos virtuales: nuevas herramientas de difusión del patrimonio cultural. Valencia: Universitat Politècnica de València. I Simposio anual de Patrimonio Natural y Cultural - ICOMOS, España. 21- 23 de noviembre 2019.

Museu do Futebol. Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol>>. Acesso em: 4 jul. 2023.