



# XX ENANCIB

21 a 25 Outubro/2019 – Florianópolis

A Ciência da Informação e a era da Ciência de Dados

ISSN 2177-3688

GT-9 – Museu, Patrimônio e Informação

**As Tecnologias de Informação e Comunicação e a musealização: um estudo de caso sobre o Museu das Coisas Banais<sup>1</sup>**

*Information and Communication Technologies and musealization: a case study about the Museum of Banal Things*

Rafael Teixeira Chaves - Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Valdir José Morigi - Professor doutor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Modalidade: Resumo Expandido**

**Resumo:** Os museus virtuais são instituições de memória conectadas em plataformas digitais e às redes sociais online. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), possibilitam fácil acesso as instituições museais no ciberespaço. Elas trouxeram transformações nos ambientes museais, sobretudo, nos processos de musealização. O artigo tem como objetivo compreender os impactos das tecnologias de informações no processo de musealização dos museus virtuais a partir do estudo de caso realizado no primeiro semestre de 2019 no Museu das Coisas Banais da Universidade Federal de Pelotas/RS. A pesquisa mostra que o ciclo que envolve o processo de musealização clássica aquisição, registro, pesquisa e documentação, se modifica, pois permite que os usuários, realizem a curadoria, possibilitando maior interação com o museu. Assim, os objetos museais deixam de ser o centro e se tornam objetos em potencial, tanto de comunicação quanto de exposição por meio da musealização virtualizada. Além disso, essas relações entre o público e os museus virtuais possibilitam trazer novas problematizações.

**Palavras-Chave:** Museus Virtuais; Musealização; Museu das Coisas Banais.

**Abstract:** Museums are memory institutions connected on digital platforms and online social networks. Like Information and Communication Technologies (tic), they are not easy to access as non-cyberspace museum institutions. They brought transformations in the museal environments, especially in the musealization processes. The article aims to understand the information technologies in the process of musealization of virtual museums from the first semester of 2019 at the Museum of Things of the Federal University of Pelotas / RS. The research shows that the classical musealization process acquisition, registration, research and documentation changes because it allows users to perform a curatorship, enabling greater interaction with the museum. Thus, museal objects are no longer the center and become potential objects, both media and exposure through virtualized musealization. In addition, the differences between the public and museums remove the new problematization possibilities.

**Keywords:** Virtual Museums; Musealization; Museum of Banal Things.

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

## **1 INTRODUÇÃO**

Os museus virtuais são instituições de memória conectadas em plataformas digitais e às mídias sociais. Os ambientes museológicos virtuais proporcionam a acessibilidade e a difusão de informações sobre o patrimônio, constituindo os novos suportes da memória no ciberespaço. Os museus acompanharam esta revolução info-comunicacional, seja através dos usos de plataformas digitais, seja através dos usos das mídias sociais em museus. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), possibilitam fácil acesso as instituições museais no ciberespaço. Elas trouxeram transformações nos ambientes museais, sobretudo, nos processos de musealização. Em sua maioria os museus virtuais brasileiros apresentam uma curadoria colaborativa.

Os museus virtuais se diferenciam substancialmente das práticas museológicas adotadas pelos museus tradicionais. Uma das diferenças é a de que eles não são constituídos por espaço físico, sendo assim, é bastante comum estarem em sites plataformas institucionais e redes sociais. Eles servem de suporte para exposições, comunicação e espaço destinado às informações de gestão do museu. Além disso, os museus passam a utilizar o processo de digitalização dos seus acervos musealizados e compartilhá-los em suas mídias sociais, uma forma de expandir os limites geográficos, tornando o acervo acessível.

O objetivo deste estudo é compreender os impactos das tecnologias de informação e comunicação no processo de musealização dos museus virtuais a partir do estudo de caso realizado no primeiro semestre de 2019 no Museu das Coisas Banais da Universidade Federal de Pelotas/RS.

A pesquisa detalha que o ciclo que envolve o processo de musealização clássica aquisição, registro, pesquisa e documentação, se modifica, pois permite que os usuários, realizem a curadoria, possibilitando maior interação com o museu. Assim, os objetos museais deixam de ser o centro e se tornam objetos em potencial, tanto de comunicação quanto de exposição por meio da musealização virtualizada. Além disso, essas relações entre o público e os museus virtuais proporcionam novas problematizações sobre as relações entre as pessoas e os objetos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A fundamentação teórica deste trabalho ancora-se nos seguintes aportes teóricos cibercultura e virtualidade como potência e democratização das informações (LÉVY,2010); patrimônio digital (DODEBEI, 2011), (HENRIQUES, 2006) Museus Virtuais.

As redes sociais online ampliaram as possibilidades de interação e participação dos cidadãos com as instituições sociais em diferentes âmbitos. Os Museus Paranaense (1876) e Paulista (1895) alinhavam-se ao modelo de museu etnográfico, que se difundiu em todo o mundo, entre os anos 1870 e 1930. Caracterizados pelas pretensões enciclopédicas, eram museus dedicados à pesquisa em ciências naturais, voltados para a coleta, o estudo e a exibição de coleções naturais, de etnografia, paleontologia e arqueologia (JULIÃO, 2006 p.20-1). As instituições museológicas começam a partir dos anos 2000 a utilizar as mídias sociais para divulgação de suas exposições e horários de funcionamento. As tecnologias de informação e comunicação ampliam o acesso dos cidadãos às instituições museais, possibilitando novas oportunidades comunicacionais e ampliam, também, as interações entre as instituições e os visitantes.

Nessa perspectiva, cada vez mais os museus buscam investir nas ferramentas virtuais, com a intenção de aumentar a sua conexão com os visitantes, tendo em vista que estes podem acessar a instituição em tempo real e de qualquer lugar, desde que estejam conectados à internet. A comunicação se torna uma resposta às perguntas sobre o objeto do museu virtual, que assume diversos formatos, como exposições, ações educativas e outros tantos, sendo esse processo um ciclo de aquisição, comunicação e salvaguarda.

Atualmente, os museus em geral adotam, além do site institucional, também as redes sociais, para tornar o público interessado pela instituição em agentes na construção comunicacional. O museu virtual é mediado para traduzir os fatores museológicos no ambiente virtual, como forma de cada visitante fazer a sua interpretação do patrimônio, onde a comunicação museológica ganha uma nova apropriação.

As tecnologias de informação e comunicação ocasionaram impactos nos museus. A partir do seu uso se construíram os museus virtuais. Entre os impactos que elas proporcionaram podemos citar as tecnologias digitais passaram a realizar à mediação dos objetos musealizados difundidos no ambiente virtual, viabilizando a cada visitante fazer a sua interpretação das informações sobre os acervos documentais da instituição. Além disso, os museus virtuais nas redes sociais online a partir das plataformas oficiais trazem novas

**XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019**  
**21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC**

práticas ao fazer museológico, pois possibilitam novas interlocuções com os usuários e a sociedade.

Rosali Henriques (2006) apresenta que Internet trouxe para a Museologia uma nova perspectiva. Não só porque permitiu potencializar o acesso aos museus de forma mais ampla, mas também por oportunizar aos museus de saírem de seus muros. As ações museológicas dos museus, exercidas através da Internet podem ter um alcance muito maior do que aquelas que são exercidas em seu espaço físico, pois elas detêm o potencial de abranger um público muito maior. Os museus que usufruem das possibilidades que a Internet oferece, criando seus próprios museus virtuais, conseguem ir além de suas fronteiras físicas.

Os impactos das tecnologias de informação e comunicação, através da virtualidade possibilitam a mediação constante da instituição com seu público, proporcionando maior interatividade. Em alguns museus virtuais, o próprio visitante é curador da exposição. A musealização se torna participativa apresentando um lado social e cultural neste novo olhar museológico virtualizado.

A cultura de compartilhamentos espontâneos torna esta plataforma uma experimentação de museus. Contudo, as mídias sociais não foram, neste contexto, concebidas para a preservação e nem para a conservação de arquivos digitais, mas como meios de difusão. Para Alice Duarte (2013), o museu é uma instituição social que produz sistemas de significados e o comunica publicamente. O público, através das mídias sociais, detém a oportunidade de produzir os conteúdos e receber o feedback de forma instantânea. A comunicação museológica ganha uma nova forma de expressão e de reflexão mais próxima do público. Nessa perspectiva, Judite Primo (2014) apresenta a questão da noção do social e a Nova Museologia, os museus virtuais são parte deste novo olhar aos museus. Nessa tipologia de museus, a forma de musealização, assim como a interação com o público se alteram. Os sites e as redes sociais ganham força com a difusão da internet e dos dispositivos móveis.

Nesse contexto, o espaço museológico se reconfigura, modificando também o papel do museólogo no cenário museal. Portanto, como um novo tipo de museu, novas perspectivas se apresentam aos profissionais e as formas de mediação ao tratar da memória social e a sua musealidade.

**XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019  
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC**

O processo de musealização nos museus virtuais ocorre de outro modo, pois nesse ambiente há o reconhecimento dos atores sociais de memória através de compartilhamento e dos métodos de musealização. Os atores são a razão de sua própria existência, pois participam e ajudam a construir os debates.

**3 A MUSEALIZAÇÃO DOS OBJETOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O MUSEU DAS COISAS BANAIS**

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi o estudo de caso a fim de identificar e analisar o processo de musealização no Museu das Coisas Banais (MCB), da Universidade Federal de Pelotas, Rio Grande do Sul, é um exemplo de Museu Virtual. Segundo Yin (2005), o estudo de caso é uma investigação empírica que permite o estudo de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

O Museu das Coisas Banais (MCB), da Universidade Federal de Pelotas, Rio Grande do Sul, trabalha com a musealização de objetos afetivos, constituindo o acervo de forma colaborativa, com o envio pelo público da foto do objeto e de sua narrativa sobre ele. O MCB é um projeto de extensão, vinculado ao Departamento de Museologia, Conservação e Restauro, do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas. Foi criado em 2014, com o propósito de preservar e compartilhar as memórias de toda e qualquer pessoa, por meio de seus objetos biográficos, objetos esses que acompanham a vida dos sujeitos e adquirem valor afetivo.

O objetivo do MCB é dar visibilidade de objetos, muitas vezes considerados banais. Eles são considerados portadores de memória e passíveis de tornarem-se objetos museológicos. Dessa forma, o museu virtual visa ampliar e democratizar a constituição de acervos, formado por objetos biográficos, além de fomentar uma reflexão sobre a relação entre as pessoas e as coisas. O MCB possibilita a criação de coleções virtuais que são compartilhadas na rede. Desta forma, a preservação da memória, a partir da materialidade dos objetos, abrange outros suportes, como o digital, superando a própria materialidade das coisas. A formação das coleções de objetos cotidianos concentra sua atenção sobre a memória narrada. Os objetos como suportes da memória possibilitam, através das imagens

**XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019**  
**21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC**

fotográficas, tornar presente o ausente. As lembranças do passado aparecem através das narrativas dos sujeitos que postaram a foto.

O MCB trabalha com a musealização de objetos afetivos, constituindo o acervo de forma colaborativa, com o envio pelo público da foto do objeto e de sua narrativa sobre ele. No museu, o objeto torna-se um patrimônio, divulgado através de várias formas de comunicação, seja a partir da exposição com suas narrativas, que proporciona diversas interpretações. Entretanto, no museu virtual a comunicação ocorre através de dispositivos comunicacionais em site institucional e nas redes sociais. A figura 1 mostra um objeto musealizado do MCB.

**Figura 1: Objeto musealizado do acervo do MCB.**



**Fonte: Extraído do Acervo do MCB. Foto: Daniele Borges, 2015.**

Uma imagem com uma narrativa de cunho afetivo que, através do compartilhamento no ambiente virtual, pode ser acessível a mais pessoas. A imagem apresenta um objeto que possui um valor simbólico muito forte e de uso. A agulha que hoje não é comum ser utilizada ou comercializada em nossa sociedade. Isso pode despertar a curiosidade dos visitantes. Esta interação entre doadores, o que os torna curadores do museu é possível porque ele existe exclusivamente no ciberespaço.

Esta é aquela agulha que tu estava raspando, pra ver se afinava ela?" mas só com uma lima grossa eu acho que pode afinar isso." Não, acho que com uma lima grossa, a lima grossa, aquela bem grossa acho que afinava. Qual que é o nome dessa agulha? "Navete" Agulha navete, hoje a gente não vê mais essa agulha, ganhei de um grupo que visita o asilo. (D. S., Asylo de Mendigos de Pelotas, RS).

**XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019**  
**21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC**

Além de conceber o ambiente virtual como um meio de comunicação para as práticas museais e a preservação da memória. O MCB possibilita a criação de coleções virtuais que são compartilhadas na rede. Desta forma, a preservação da memória, a partir da materialidade dos objetos, abrange outros suportes, como o digital, transcende a própria materialidade das coisas.

A formação das coleções de objetos cotidianos concentra sua atenção sobre a memória narrada. Os objetos como suportes da memória possibilitam, através das imagens fotografadas, tornar presente o ausente. As lembranças do passado aparecem por meio das narrativas dos sujeitos que postaram a foto.

A partir do MCB percebemos que a rede pode servir para algo mais substancial do que a tarefa de divulgar acervo, exposição e feedback do público de museu, as tecnologias de informação e comunicação podem facilitar processos curatoriais compartilhados. Ademais, o público passa a desempenhar um papel mais participativo, mais do que um simples espectador, pois essas tecnologias aplicadas às práticas museológicas-proporcionam e estimulam uma grande interatividade entre público-museu, público-acervo e público-público. Além disso, os usos das mídias sociais também oportunizam uma nova concepção sobre a curadoria virtual, configurada e criada com a livre participação dos usuários deste aplicativo, tornando o MCB mais próximo do seu público.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os museus virtuais estão se multiplicando e os seus processos de musealização nesses ambientes carecem de sistematização e estudos aprofundados. Portanto, novas pesquisas acadêmicas são necessárias para verificar quais os impactos que as tecnologias de informação e comunicação trazendo nas atividades realizadas nos museus físicos bem como compreender o surgimento dos museus virtuais e a necessidade da virtualização dos seus acervos.

As Tecnologias de Informação e Comunicação realizam a mediação no museu virtual através da virtualização dos objetos visibilizados neste ambiente. No ambiente virtual museológico cada visitante pode fazer a sua interpretação dos objetos divulgados no seu acervo. Assim, a projeção do objeto museal virtualizado expõe uma nova noção de valor sobre o patrimônio e sua conservação, ressoando novos sentidos a partir das interações,

**XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019**  
**21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC**

possibilitada pela comunicação museológica e, ao mesmo tempo, transformando o público consumidor passivo em produtores ativos dos conteúdos divulgados.

O processo de musealização dos objetos do acervo divulgados no MCB envolve a aquisição através de uma curadoria colaborativa com o seu público. O seu acervo que é virtualizado em que o público curador, pois ele seleciona e fotografa o objeto com a intenção de que este fazer se torne objeto museológico virtualizado.

## **REFERÊNCIAS**

DUARTE, Alice. **Nova Museologia: os pontapés de saída de uma abordagem ainda inovadora.** Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS Unirio | MAST, Rio de Janeiro, v. 6 n. 1, 2013.

HENRIQUES, R. **Memória, museologia e virtualidade: um estudo sobre o Museu da Pessoa.** 2004. 198 p. Dissertação (Mestrado em Museologia) - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia de Lisboa, 2004. Disponível em:  
<<https://pesquisafacomufjf.files.wordpress.com/2013/06/memc3b3ria-museologia-e-virtualidade-um-estudo-sobre-o-museu-da-pessoa.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2019.

JULIÃO, Letícia. Apontamentos sobre a História do Museu. In: **Caderno de Diretrizes Museológicas 1.** Brasília: Ministério da Cultura, IPHAN, Departamento de Museus e Centros Culturais de Belo Horizonte, 2006 a.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 6.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

PRIMO, Judite. O Social como Objecto da Musologia. **Cadernos de Sociomuseologia**, n. 3, v. 47, p. 5-28, 2014.

RÚSSIO, Waldisa; SCHEINER; Tereza. Dois caminhos, um único objetivo: discutir museu e Museologia. **Relatos de experiência - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio.** Rio de Janeiro Disponível em:  
<<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus>> Acesso: 10 abr. 2019.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 p.