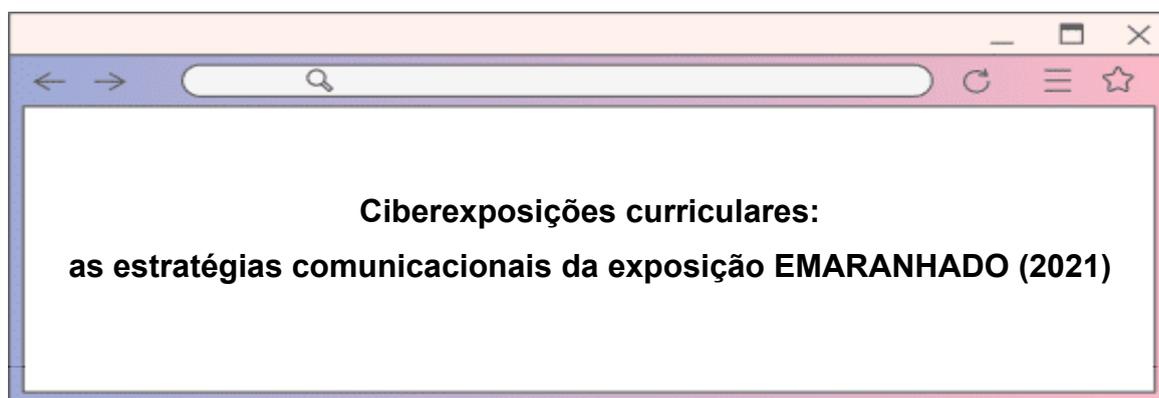


UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM MUSEOLOGIA

VICTÓRIA LIMA HORNOS



Porto Alegre

2023

VICTÓRIA LIMA HORNOS

**CIBEREXPOSIÇÕES CURRICULARES:
as estratégias comunicacionais da exposição EMARANHADO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Museologia.

Orientadora: Prof^a Dr^a Vanessa Barrozo Teixeira Aquino.

Porto Alegre
2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor Carlos André Bulhões Mendes

Vice-Reitora Patrícia Helena Lucas Pranke

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-Diretora Vera Regina Schmitz

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefia Rene Faustino Gabriel Júnior

Chefia Substituta Caterina Marta Groposo Pavão

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE MUSEOLOGIA

Coordenador Márcia Bertotto

Coordenadora Substituta Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

CIP - Catalogação na Publicação

Hornos, Victória Lima

Ciberexposições curriculares: as estratégias comunicacionais da exposição EMARANHADO (2021) / Victória Lima Hornos. -- 2023.

130 f.

Orientador: Vanessa Barrozo Teixeira Aquino.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Museologia, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Exposições curriculares. 2. Ciberexposições. 3. Estudos de Avaliação. 4. Cibernuseologia. 5. Plataformas digitais. I. Aquino, Vanessa Barrozo Teixeira, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcelos, 2705

Bairro Santana Porto Alegre - RS

Telefone (51) 33085067

E-mail: fabico@ufrgs.br

VICTÓRIA LIMA HORNOS

**CIBEREXPOSIÇÕES CURRICULARES:
as estratégias comunicacionais da exposição EMARANHADO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Museologia.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Vanessa Barrozo Teixeira Aquino.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Vanessa Barrozo Teixeira Aquino (Orientadora) - UFRGS

Profa. Dra. Ana Celina Figueira da Silva - UFRGS

Me. Elias Palminor Machado - UFRGS

*Drowning out the morning birds
With the same three songs over and over
I wish I wrote it, but I didn't, so I learn the words
Hum along 'til the feeling's gone forever*

*Took a tour to see the stars
But they weren't out tonight
So I wished hard on a Chinese satellite
I want to believe
Instead, I look at the sky and I feel nothing
You know I hate to be alone
I want to be wrong*

(Phoebe Bridgers, 2020)

AGRADECIMENTOS

Dedico esse trabalho aos meus pais, Sandra e Victor, e agradeço imensamente pelo amor e apoio incondicional. Obrigada pela compreensão, confiança, liberdade e respeito. Obrigada por trabalharem para que eu tivesse oportunidades que vocês não tiveram. Obrigada por sempre me incentivarem a fazer o que eu gosto e o que me faz feliz. Obrigada por serem minha família, eu amo vocês.

Ao meu padrinho Eduardo (*in memoriam*), que me alfabetizou e com certeza adoraria ler este trabalho. É uma alegria realizar um dos sonhos que tu tinha para mim.

À Lúcia Maria, minha amiga de café da tarde que me conta suas memórias de viagem.

Ao meu cachorro, que é meu melhor amigo e não poderia ficar de fora dos meus agradecimentos.

Obrigada às amigas e parceiras que a museologia me deu pelo companheirismo e por tornarem a experiência acadêmica mais feliz. Vocês são infinitamente queridas e estarei sempre torcendo por vocês.

Obrigada à minha orientadora Vanessa Barrozo Teixeira Aquino, profissional que muito admiro e que abraça diversos projetos com muito carinho, dedicação e entusiasmo. Obrigada pela parceria, incentivo e confiança.

Obrigada aos membros da banca, profa. Ana Celina Figueira da Silva e Elias Machado, pela contribuição com este trabalho e participação na minha formação.

Obrigada à equipe do Museu Julio de Castilhos, instituição onde tive a alegria de desenvolver o repositório digital Tainacan do MJC.

Obrigada a todos que lutam por uma educação pública de qualidade e um abraço a todas as mulheres lésbicas que exercem a Museologia mundo afora.

RESUMO

Este trabalho se propõe a mapear as ciberexposições curriculares produzidas pelos cursos de Museologia no Brasil durante a pandemia da Covid-19, entre os anos de 2020 e 2021, e analisar as estratégias comunicacionais da ciberexposição curricular “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”, realizada em 2021 pelo Curso de Museologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) por meio de uma avaliação somativa no formato proposto por Marília Xavier Cury (2005), investigando a presença da exposição EMARANHADO nas redes sociais e suas métricas de visitação. A pesquisa visa contribuir para o registro das atividades de exposição curricular, sobretudo os exercícios desenvolvidos no ciberespaço, tendo como fonte primária o Relatório Final da exposição analisada e os registros digitais das ciberexposições curriculares realizadas no Brasil dentro do recorte temporal proposto. A partir da revisão bibliográfica, o trabalho visa apresentar conceitos de exposição curricular, ciberexposição, comunicação e avaliação museológica aplicados à exercícios digitais de exposição museológica. Com base nos conceitos aplicados e da análise desenvolvida, conclui-se que plataformas e redes sociais, em especial *Instagram*, *YouTube* e *TikTok* apresentam possibilidades e potências para os campos da comunicação museal e de atividades educativo-culturais em exercícios de exposição museológica, além da proposta na continuidade de exercícios de cibermuseologia durante a graduação e a experimentação com a comunicação e avaliação museológica em formato *online* para o desenvolvimento de práticas avaliativas qualitativas no ciberespaço.

Palavras-chave: Exposições curriculares. Ciberexposições. Estudos de Avaliação. Cibermuseologia. Plataformas digitais.

ABSTRACT

This paper proposes to map the curricular cyberexhibitions produced by courses of Museology in Brazil during the Covid-19 pandemic, between the years 2020 and 2021, and analyze the communicational strategies of the curricular cyberexhibition "EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura", held in 2021 by the Museology Course of the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS) through a summative evaluation in the format proposed by Marília Xavier Cury (2005), investigating the presence of the EMARANHADO exhibition in social networks and its visitation metrics. The research aims to contribute to the record of curricular exhibition activities, especially the exercises developed in cyberspace, having as primary source the Final Report of the exhibition and the digital records of curricular cyberexhibitions held in Brazil within the proposed time frame. From the bibliographic review, the work aims to present concepts of curricular exhibition, cyber exhibition, communication and museological evaluation applied to digital exercises of museological exhibition. Based on the concepts applied and the analysis developed, it is concluded that platforms and social networks, especially Instagram, YouTube and TikTok present possibilities and potentials for the fields of museum communication and educational-cultural activities in museum exhibition exercises, in addition to the proposal in the continuity of cybermuseology exercises during graduation and experimentation with museological communication and evaluation in online format for the development of qualitative evaluative practices in cyberspace.

Keywords: Curricular exhibitions. Cyberexhibitions. Evaluation Studies. Cybermuseology. Digital platforms.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Print</i> da página de <i>Linktree</i> da exposição “Confluências: A vida de João das Neves”.....	32
Figura 2 - <i>Feed</i> de <i>Instagram</i> da exposição “Confluências: A vida de João das Neves”.....	33
Figura 3 - Página inicial da exposição “Confluências: A vida de João das Neves” em postagem no perfil do <i>Instagram</i>	34
Figura 4 - Página inicial da exposição “noia”.....	35
Figura 5 - Instalação “Conexões” da exposição “noia”.....	36
Figura 6 - Perfil de <i>Instagram</i> da exposição “noia”.....	37
Figura 7 - Logotipo da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”.....	38
Figura 8 - Perfil de <i>Instagram</i> da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”.....	39
Figura 9 - Canal de <i>YouTube</i> da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”.....	40
Figura 10 - <i>print</i> da live “Exposição curricular virtual: relatos nos cursos de museologia durante a pandemia de COVID-19” da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” no <i>YouTube</i>	41
Figura 11 - Logotipo da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”.....	42
Figura 12 - Perfil de <i>Instagram</i> da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”.....	43
Figura 13 - <i>Playlists</i> no perfil de <i>Spotify</i> da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”.....	44
Figura 14 - Logotipo da exposição “Arte (A) Caminho”.....	45
Figura 15 - Captura de tela do mapa da exposição Arte (A) Caminho.....	46
Figura 16 - <i>Lives</i> da exposição “Arte (A) Caminho” no canal de <i>YouTube</i> da ECI/UFMG.....	47
Figura 17 - Logotipo da exposição “Botânica: viver e sentir”.....	48
Figura 18 - Captura de tela da grade de publicações do perfil da Exposição “Botânica: viver e sentir” no <i>Instagram</i>	49
Figura 19 - Registro da ação “Corrente verde” no <i>Instagram</i> “Botânica: viver e sentir”.....	50

Figura 20 - Logotipo da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”.....	51
Figura 21 - Perfil da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” no <i>TikTok</i>	53
Figura 22 - Postagem no <i>Instagram</i> da exposição EMARANHADO apresentando EMM.....	53
Figura 23 - Maquete digital produzida pelo GT <i>Webdesign</i> da exposição EMARANHADO por meio do <i>software Sketchup</i>	60
Figura 24 - Cartaz de divulgação da exposição EMARANHADO na entrada do Museu Julio de Castilhos.....	61
Figura 25 - Tela inicial da exposição EMARANHADO.....	62
Figura 26 - Página de <i>gifs</i> na exposição EMARANHADO.....	63
Figura 27 - Interação de linhas da exposição EMARANHADO.....	66
Figura 28 - Recados no livro de visitas digital da exposição EMARANHADO.....	67
Figura 29 - <i>Design</i> de personagem - esboço EMM.....	70
Figura 30 - EMM.....	70
Figura 31 - EMM.....	70
Figura 32 - Poema recitado por EMM.....	71
Figura 33 - Interação com visitantes via <i>Instagram</i>	72
Figura 34 - Interação com visitantes via <i>Instagram</i>	72
Figura 35 - Cabeçalho da <i>newsletter</i> Cartas de EMM #6.....	73
Figura 36 - Marca-páginas da exposição EMARANHADO, frente e verso.....	74
Figura 37 - Perfil de <i>Twitter</i> da EMARANHADO.....	75
Figura 38 - <i>Jamboard</i> do plano de comunicação para <i>Twitter</i> da EMARANHADO.....	76
Figura 39 - Função “Estatísticas de <i>Tweet</i> ”.....	77
Figura 40 - EMARANHADO no <i>Twitter</i> do Jornal da UFRGS (JU).....	78
Figura 41 - Divulgação da EMARANHADO no perfil do Museu de Porto Alegre no <i>Twitter</i>	78
Figura 42 - <i>Playlist</i> de <i>lives</i> da programação educativo-cultural da exposição EMARANHADO no canal da Museologia UFRGS.....	80

Figura 43 - <i>Card</i> de divulgação da programação de <i>lives</i> da exposição EMARANHADO.....	81
Figura 44 - <i>Card</i> individual de divulgação de <i>live</i> da exposição EMARANHADO.....	81
Figura 45 - <i>Thumbnail</i> de <i>live</i> da exposição EMARANHADO.....	82
Figura 46 - <i>Chat</i> da <i>live</i> “Conhecendo ARTE NFT com Revoage” da exposição EMARANHADO.....	83
Figura 47 - Comentários da <i>live</i> “Conhecendo ARTE NFT com Revoage” da exposição EMARANHADO.....	85
Figura 48 - <i>Chat</i> da segunda <i>live</i> de <i>YouTube</i> da exposição EMARANHADO.....	86
Figura 49 - Material de divulgação para <i>story</i> de <i>Instagram</i> da <i>live</i> “O que guardar? A preservação da memória no mundo digital” da exposição EMARANHADO.....	87
Figura 50 - <i>Print</i> da <i>live</i> “O que guardar? Preservação da memória no mundo digital” da exposição EMARANHADO.....	87
Figura 51 - <i>Print</i> da <i>live</i> “Acessibilidade e tecnologia: diretrizes e ferramentas para o ambiente museal” da exposição EMARANHADO.....	88
Figura 52 - <i>Card</i> de divulgação da <i>live</i> “Acessibilidade e tecnologia: diretrizes e ferramentas para o ambiente museal” da exposição EMARANHADO.....	89
Figura 53 - Material de divulgação para <i>story</i> de <i>Instagram</i> da <i>live</i> “Mulheres e internet: trajetórias e desafios” da exposição EMARANHADO.....	90
Figura 54 - <i>Print</i> da <i>live</i> “Mulheres e internet: trajetórias e desafios” da exposição EMARANHADO.....	90
Figura 55 - <i>Card</i> de divulgação da <i>live</i> “Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro” da exposição EMARANHADO.....	91
Figura 56 - <i>Print</i> da <i>live</i> “Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro” da exposição EMARANHADO.....	92
Figura 57 - palavras-chave do vídeo de trailer do filme <i>Everything Everywhere All At Once</i> no <i>YouTube</i>	93
Figura 58 - <i>Print</i> de vídeo sobre a exposição EMARANHADO no canal UFRGS TV.....	96
Figura 59 - <i>Print</i> do canal de <i>YouTube</i> da exposição EMARANHADO.....	96
Figura 60 - <i>Playlist</i> no canal de <i>YouTube</i> da exposição EMARANHADO.....	97

Figura 61 - <i>Playlists</i> no perfil da EMARANHADO no <i>Spotify</i>	98
Figura 62 - <i>Playlist</i> Farol convida EMARANHADO no perfil da EMARANHADO no <i>Spotify</i>	98
Figura 63 - Visão geral do perfil da exposição EMARANHADO no <i>Instagram</i>	102
Figura 64 - Planejamento do <i>feed</i> de <i>Instagram</i> da exposição EMARANHADO.....	103
Figura 65 - Postagens pré-lançamento da exposição EMARANHADO.....	104
Figura 66 - Postagem no <i>Instagram</i> da EMARANHADO.....	105
Figura 67 - Postagens no <i>feed</i> da EMARANHADO durante o período de visitaçã.....	106
Figura 68 - Destaques no <i>Instagram</i> da EMARANHADO.....	109
Figura 69 - Calendário de postagem de <i>stories</i>	110
Figura 70 - Planejamento de conteúdo desenvolvido pelo bolsista da exposiçã.....	110
Figura 71 - <i>Stories</i> base para o <i>quiz</i> interativo sobre <i>fake news</i>	111
Figura 72 - Aba <i>reels</i> do perfil de <i>Instagram</i> da exposição EMARANHADO.....	112
Figura 73 - Marcações do perfil da EMARANHADO no <i>Instagram</i>	113
Figura 74 - Perfil da EMARANHADO no <i>Linktree</i>	115
Figura 75 - Vídeos no perfil de <i>TikTok</i> da EMARANHADO.....	117
Figura 76 - <i>Print</i> do vídeo “Curiosidades da EMARANHADO: <i>bug</i> do milênio” no <i>TikTok</i> da exposiçã.....	121

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Disciplinas de cursos de Museologia do Brasil que realizam o exercício de exposição curricular.....	23
Quadro 2 - Exposições curriculares em formato digital dos cursos de Museologia do Brasil realizadas durante a pandemia da Covid-19.....	31
Quadro 3 - Comparativo de métricas das <i>lives</i> no YouTube da exposição EMARANHADO.....	92
Quadro 4 - Métricas dos episódios da série de <i>podcasts</i> Farol convida EMARANHADO no <i>Spotify</i>	99
Quadro 5 - Métricas das postagens no <i>feed</i> do <i>Instagram</i> da exposição EMARANHADO.....	107
Quadro 6 - Número de acessos via <i>Linktree</i>	115
Quadro 7 - Métricas do <i>TikTok</i> da EMARANHADO em 23 de novembro de 2021.....	117
Quadro 8 - Métricas do <i>TikTok</i> da EMARANHADO em março de 2023.....	119

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAIXOLA - Clube de Criação da FABICO

COFEM - Conselho Federal de Museologia

COMGRAD - Comissão de Graduação.

Covid-19 - *Corona Virus Disease 2019*

CRIAMUS - Laboratório de Criação Museográfica

DCI - Departamento de Ciências da Informação da FABICO/UFRGS

EAD - Ensino a Distância

ECI - Escola de Ciência da Informação da UFMG

FABICO - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

FEFIERJ - Federação das Escolas Federais Isoladas do Rio de Janeiro

GT - Grupo de Trabalho

ICOFOM - Comitê Internacional de Museologia do Conselho Internacional de Museus

JU - Jornal da UFRGS

LAPEM - Laboratório de Pesquisa e Extensão Museológica

MEC - Ministério da Educação e Cultura

MHN - Museu Histórico Nacional

MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

NFT - *Non-Fungible Token*

NUMMUS - Núcleo de Memória da Museologia no Brasil

OMS - Organização Mundial de Saúde

PPGCIN - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

UFBA - Universidade Federal da Bahia

UFG - Universidade Federal de Goiás

UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto

UFPA - Universidade Federal do Pará

UFPE - Universidade Federal de Pernambuco

UFPEl - Universidade Federal de Pelotas

UFRB - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UFS - Universidade Federal de Sergipe

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

UI Design - *User Experience Design*

UNB - Universidade Federal de Brasília

UNESPAR - Universidade Estadual do Paraná

UNIRIO - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

UX Design - *User Interface Design*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 EXPOSIÇÕES CURRICULARES NOS CURSOS DE MUSEOLOGIA DO BRASIL: primeiros movimentos, potências e o papel do exercício na formação do Museólogo	20
2.1 O ciberespaço como campo de possibilidades para as exposições curriculares.....	27
2.1.1 Confluências: A vida de João das Neves (UFMG).....	32
2.1.2 noia (UFSC).....	34
2.1.3 Pindorama: a natureza não está à venda (UNIRIO).....	38
2.1.4 No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre (UFRGS).....	41
2.1.5 Arte (A) Caminho (UFMG).....	45
2.1.6 Botânica: viver e sentir (UFPel).....	47
2.1.7 EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura (UFRGS).....	50
2.2 Comunicação museológica e possibilidades de avaliação em ciberexposições.....	54
3 A EXPOSIÇÃO “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”	58
3.1 As estratégias comunicacionais da exposição EMARANHADO.....	69
3.1.1 EMM.....	69
3.1.2 <i>Twitter</i>	75
3.1.3 <i>YouTube</i> e <i>Spotify</i>	79
3.1.4 <i>Instagram</i> e <i>Linktree</i>	101
3.1.5 <i>TikTok</i>	116
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
REFERÊNCIAS	128

1 INTRODUÇÃO

Meu primeiro contato com acervos no ciberespaço foi, coincidentemente, minha primeira experiência com a memória de exposições curriculares. Como bolsista de extensão do Laboratório de Pesquisa e Extensão Museológica (LAPEM) do Curso de Museologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), tive oportunidade de contribuir com o repositório digital Tainacan do projeto Museologia na UFRGS: trajetórias e memórias e também com outros repositórios de diferentes cursos dentro da universidade. A partir disso, encontrei meu lugar dentro das inúmeras possibilidades na área da Museologia. Entretanto, fora a experiência como bolsista e estagiária desempenhando funções específicas na difusão de acervos na *internet*, senti que não haviam outras oportunidades de exercitar e refletir sobre cibermuseologia dentro do Curso.

A pandemia de Covid-19 resultou na adaptação do exercício de exposição curricular para o formato remoto, adotado pelas universidades durante o isolamento social, e apesar da situação que nos levou à realização de uma exposição curricular *online*, vi uma oportunidade de participar pela primeira vez de uma ciberexposição em minha graduação.

A partir da minha própria experiência com uma ciberexposição curricular, surgiu a curiosidade quanto às experiências com ciberexposições curriculares em outros Cursos de Museologia no Brasil. Assim, algumas perguntas nortearam a pesquisa, como: quais foram as exposições curriculares realizadas no ciberespaço nos cursos de Museologia do Brasil durante o período pandêmico e em quais plataformas elas foram realizadas? E, também, quais foram as estratégias comunicacionais e as plataformas utilizadas pela exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” (2011) e como podemos avaliar a experiência do público a partir das métricas de visitação? Nesse movimento, a partir da experiência acadêmica na UFRGS, delimitamos o objetivo central da pesquisa na análise das plataformas e avaliação das métricas de visitação da exposição “EMARANHADO”, e os objetivos específicos da pesquisa visavam compreender as ciberexposições e suas potências, explorar possibilidades para a comunicação e avaliação museológica em ciberexposições e analisar as estratégias comunicacionais da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”, a 12ª exposição curricular do Curso de graduação em Museologia da UFRGS e segunda

ciberexposição curricular do Curso, realizada no ano de 2021. A pesquisa exploratória se caracteriza como quanti-qualitativa, com estudo de caso da exposição “EMARANHADO” e ênfase na análise de dados a partir de métricas de visitação.

Deste modo, além de buscar solucionar sua pergunta norteadora, o trabalho se propõe a compreender o exercício de exposição curricular salientando seu potencial caráter político e importância dentro da graduação, até o ponto em que o exercício passa por uma adaptação extraordinária de *offline* para *online*, por meio do capítulo “Exposições curriculares nos cursos de Museologia do Brasil: primeiros movimentos, potências e o papel do exercício na formação do Museólogo”.

O capítulo seguinte, “O ciberespaço como campo de possibilidades para as exposições curriculares”, explora o fenômeno da ciberexposição curricular através de autores do campo da museologia e da cibercultura. Seguindo o desenvolvimento teórico, o capítulo apresenta o mapeamento em ordem cronológica de todas as ciberexposições curriculares registradas durante o período de ensino remoto em suas respectivas universidades, entre 2020 e 2021.

A escolha em analisar as estratégias comunicacionais da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”, ciberexposição curricular da qual integrei a equipe curatorial, surge da busca em evidenciar experiências de comunicação museológica no ciberespaço e modos de avaliação da experiência dos visitantes de ciberexposição e se trata de um exercício crítico de distanciamento do objeto de análise. Para isso, o capítulo “Comunicação museológica e possibilidades de avaliação em ciberexposições” aplica os conceitos comunicação e avaliação museológica às ciberexposições. O capítulo propõe uma avaliação somativa das estratégias comunicacionais da ciberexposição curricular “EMARANHADO” a partir do modelo proposto por Marília Xavier Cury (2005).

O capítulo “A exposição ‘EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura’” apresenta o objeto de análise realizando uma avaliação crítica de sua estrutura enquanto *website*, seguido de “As estratégias comunicacionais da exposição EMARANHADO”, que apresenta a avaliação somativa dos dispositivos de comunicação e divulgação da exposição “EMARANHADO” em seis diferentes redes sociais e plataformas, avaliando possibilidades dentro destas ferramentas, também comparando dados obtidos durante o período de visitação da exposição com dados recolhidos durante o período de pesquisa deste trabalho.

A fonte primária da pesquisa foram os registros das ciberexposições curriculares incluindo suas redes sociais, plataformas e publicações acadêmicas produzidas a partir destas experiências. Para a análise da “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”, o Relatório Final da exposição foi um documento primordial para a recuperação de informações sobre as ações realizadas.

A partir da análise, são destacadas características das redes sociais e plataformas analisadas, suas potencialidades e possibilidades a partir da experiência na utilização na comunicação e ações educativo-culturais da exposição “EMARANHADO”.

Este trabalho busca contribuir para a bibliografia e registro acerca da história das exposições curriculares, visto que contempla as memórias e técnicas metodológicas deste exercício, especialmente no que tange exercícios de ciberexposição curricular. Cabe salientar que os próprios exercícios de ciberexposição são eventos considerados raros em diversas graduações, tendo sido nunca antes explorados por alguns cursos até a pandemia da Covid-19. Nesse sentido, este trabalho propõe a continuidade de exercícios de cibermuseologia dentro das graduações em Museologia para além das exposições realizadas no período de isolamento social. Além disso, esta pesquisa busca incentivar a experimentação com exercícios de exposição museológica no ciberespaço no sentido de que se desenvolvam formas de comunicação e avaliação museológica que contemplem as ciberexposições.

2 EXPOSIÇÕES CURRICULARES NOS CURSOS DE MUSEOLOGIA DO BRASIL: primeiros movimentos, potências e o papel do exercício na formação do Museólogo

É comum que graduandos de Museologia tenham seu primeiro contato com a concepção, planejamento e montagem de uma exposição a partir das exposições curriculares. Para além de um momento que oportuniza exercer a criatividade e realizar um exercício prático, a exposição curricular é um evento singular para a compreensão dos processos museológicos e museográficos que perpassam as diversas ações de salvaguarda e comunicação inseridas no campo das exposições.

A exposição curricular envolve os estudantes em todos os processos de concepção de uma exposição, como a escolha do tema, pesquisa, seleção de acervos, desenvolvimento de identidade visual, programação educativa, ferramentas comunicacionais, além de um balanço sobre o processo e a avaliação das ações realizadas, evidenciando o protagonismo do graduando no exercício e o capacitando para experiências futuras no campo das exposições museológicas. É, em sua essência, um exercício de curadoria coletiva e colaborativa “centrada nos estudos de público e na construção de discurso expositivo” (PADILHA; CASTRO 2021, p. 7), exigindo intensa pesquisa e diálogo com o público interno (estudantes, professores e técnicos) e público externo. Cabe salientar que:

Trabalhar com a perspectiva de uma curadoria compartilhada (POSSAMAI; LEITZKE, 2012) também conhecida como curadoria adjunta (GUZMÁN, 2012), permite abordagens diferenciadas, exigindo que todos os profissionais envolvidos possuam a capacidade do diálogo e de saber trabalhar em equipe (TEIXEIRA; FARIA; MACHADO, 2015, p. 95).

Planejada e executada sob a orientação de docentes do Curso de Bacharelado em Museologia, com apoio e apreciação crítica de profissionais relacionados ao tema escolhido, além de parcerias com profissionais capacitados para a montagem da infraestrutura do espaço onde acontece, a exposição curricular é concebida por muitas mentes e construída por muitas mãos.

Uma característica das exposições curriculares é o caráter reflexivo e a abordagem de questões emergentes que permeia os temas escolhidos, promovendo integração entre academia e comunidade permitindo que o museólogo em formação amplie sua compreensão do mundo por meio do diálogo com diferentes setores

sociais e do conhecimento (FARIA; BERTOTTO; GIOVANAZ; AQUINO 2022), com o potencial de formar profissionais “com sensibilidade de propor uma Museologia de atitude dialógica e humanizadora” (FARIA; PIRES; AGNES; 2019, p. 50).

Os primeiros movimentos registrados relacionados a exposições com a participação de alunos em Cursos de Museologia no Brasil datam da década de 1960, mesmo que ainda não curricularizadas oficialmente, elas eram promovidas pelo Curso de Museus do Museu Histórico Nacional (MHN), o qual viria a integrar a Federação das Escolas Federais Isoladas do Rio de Janeiro (FEFIERJ) e, posteriormente, se tornar a Escola de Museologia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)¹.

Helena da Cunha Uzeda (2020) destaca a importância política dos primeiros exercícios de exposição curricular no Curso de Museus do MHN, instituição focada na construção de uma identidade histórica do Brasil, que surgem como um momento de liberdade perante a censura e a repressão que assolavam o país entre as décadas de 1960 e 1970:

O Curso de Museus, gerado dentro do projeto nacionalista do MHN, vivenciaria as radicais transformações políticas e culturais que ocorreriam ao longo de meio século, incluindo o autoritarismo do Estado Novo, o esvaziamento político pela transferência da capital para Brasília, e o período duro de ditadura militar, até ser reformatado de curso técnico a ensino superior. Mesmo enfrentando um período político difícil e de pouca liberdade, professores e alunos, de forma espontânea e experimental, executaram exposições informais no Curso de Museus, iniciativa que externava um grau de liberdade num momento repressor, abrindo caminho para as exposições curriculares, que seriam consolidadas no currículo do curso como um exercício prático fundamental para a formação dos museólogos (UZEDA, 2020, p.163).

A autora atribui a possível lacuna de registros sobre a realização de exposições com a participação dos alunos entre os anos de 1967 e 1973 ao período político enfrentado pelo Brasil na época, com a repressão às atividades e movimentos estudantis agindo como um fator para a interrupção do exercício (UZEDA, 2020). O histórico reitera a característica política e social do exercício de

¹ Considerado o primeiro do Brasil e das Américas, o Curso de Museus é instituído no Museu Histórico Nacional (MHN) no ano de 1932 com o intuito de capacitar funcionários e técnicos para o museu, com aulas ministradas pelos próprios funcionários da instituição (DALLA ZEN, 2015). Após diversas mudanças curriculares e adaptações para o formato universitário, no ano de 1977 o Curso de Museus é absorvido pela Federação das Escolas Federais Isoladas do Estado do Rio de Janeiro (FEFIERJ), que posteriormente se transforma em Universidade do Rio de Janeiro (UNIRIO) (SIQUEIRA, 2009), onde o curso é ministrado até hoje.

exposição curricular. Ivan Coelho de Sá, docente do curso de Museologia da UNIRIO, aponta o papel das exposições realizadas sob a curadoria dos alunos do Curso de Museus durante a Ditadura militar brasileira:

Nas primeiras exposições curriculares já sob a chancela FEFIERJ, mas com o Curso ainda nas instalações do MHN, evidenciam-se, direta ou veladamente, a intenção em refletir sobre as questões que ‘incomodavam’ a Ditadura Militar, tais como censura, pobreza, liberdade, identidade indígena, etc. Percebe-se que os temas – Arte Popular, Favela, Teatro, Comportamento, Comunidade – eram escolhidos propositalmente com o objetivo de ‘driblar’ a censura e levar o público a refletir sobre questões sérias e sensíveis – políticas, econômicas e sociais [...] (SÁ, 2022, p. 37).

Em 1975, uma reforma curricular concilia as atividades do Curso às normativas do MEC (Ministério da Educação e Cultura), inserindo o Curso de Museus no circuito universitário, aumentando a carga horária do curso e implementando novas disciplinas. A institucionalização do exercício de exposição curricular acontece por meio das disciplinas Museologia VII e Museografia IV, sendo considerada a maior conquista da Matriz de 1975 (SÁ, 2022). A Escola de Museologia da UNIRIO segue realizando exposições curriculares, no mínimo de duas a cada ano, visto que oferece a graduação em Museologia nos períodos diurno e noturno desde 2011.

Desde o ano de 2001, o MEC aponta o planejamento e desenvolvimento de exposições como uma das diretrizes curriculares específicas para os Cursos de Museologia², portanto, o exercício integra a grade curricular de todos os cursos³ de bacharelado em Museologia das universidades públicas do Brasil, antecedido por disciplinas que abordam as reflexões teórico-metodológicas sobre exposições com ênfase nos preceitos expológicos e expográficos que contemplam as diversas especificidades do processo de planejamento, produção e realização de um projeto curatorial viável como pré-requisitos para a realização do exercício acadêmico da exposição curricular. Mais do que replicar a teoria, o exercício permite ao graduando vivenciar a montagem de uma exposição, “[...] destacando a prática expográfica não como a curadoria em si, mas como uma parte importante do fazer museológico” (CASTRO; PADILHA, 2021, p. 07).

² Para saber mais, consultar: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf> Acesso em 13 de fevereiro de 2023.

³ As instituições pesquisadas constam na lista de universidades brasileiras que oferecem formação em Museologia disponibilizada pelo Conselho Federal de Museologia (COFEM). Disponível em: <https://cofem.org.br/registro-e-cadastro/formacao/#graduacao> Acesso em 13 de fevereiro de 2023.

O quadro abaixo (Quadro 1), elaborado a partir da pesquisa em ementários e grades curriculares dos cursos de Museologia de instituições públicas do Brasil, aponta a denominação das disciplinas e as etapas da formação nas quais o exercício de exposição curricular é realizado.

Quadro 1: Disciplinas de cursos de Museologia do Brasil que realizam o exercício de exposição curricular

Nome da universidade	Nome da disciplina	Etapa da graduação na qual a disciplina é ofertada
Universidade de Brasília (UNB)	Museologia e Comunicação 4	6º semestre
Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR)	Processos Curatoriais	6º semestre
Universidade Federal da Bahia (UFBA)	Laboratório de expografia	6º semestre
Universidade Federal de Goiás (UFG)	Comunicação Patrimonial IV	5º semestre
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Exposição Museográfica II	6º semestre
Universidade do Rio de Janeiro (UNIRIO)	Museologia e Comunicação IV.	7º semestre
Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)	Elaboração de Exposição Curricular	7º semestre
Universidade Federal de Pelotas (UFPe)	Expografia III	7º semestre
Universidade Federal de Pernambuco (UFPe)	Expografia II	6º semestre
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Prática de Exposição	7º semestre
Universidade Federal de Sergipe (UFS)	Expografia II	7º semestre
Universidade Federal do Pará (UFPA)	Exposição Curricular	6º semestre
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)	Exposição Curricular	7º semestre
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Prática de Exposições Museológicas	7º semestre

Fonte: da autora, 2023.

A oferta das disciplinas destinadas à montagem da exposição curricular acontece em etapas similares nos cursos de Museologia, reforçando que o exercício requer o conhecimento teórico sobre a produção e o planejamento de exposições e a passagem do estudante por disciplinas voltadas à pesquisa. O livro “Exposição: concepção, montagem e avaliação” (2005) de Marília Xavier Cury é uma referência obrigatória recorrente nas ementas, sintonizando as metodologias aplicadas na realização dessas exposições. Entretanto, “[...] mesmo com uma base em comum destacam características dos departamentos e centros onde os cursos estão lotados, podendo ter foco para artes, tecnologia ou história” (CASTRO; PADILHA, 2021, p. 07), conferindo individualidade às abordagens aplicadas na construção dessas exposições em conjunção com a variedade e diversidade das equipes envolvidas no exercício em diferentes áreas do país.

A exposição curricular durante sua trajetória como atividade acadêmica nos cursos de Museologia do Brasil foi aprimorando técnicas e metodologias que a constroem e a aperfeiçoam. Não é um exercício estático ou voltado somente para si, uma vez que ultrapassa os muros da universidade enquanto dialoga com a comunidade, mostrando seu potencial caráter transformador para quem participa dela e para quem a visita, formando profissionais tecnicamente e criticamente capacitados para a curadoria de exposições, uma das principais formas de comunicação museológica (CURY, 2005).

Apesar da importância e da trajetória do exercício de exposição curricular nas universidades brasileiras, é necessário ressaltar a dificuldade em reunir uma bibliografia que aborda especificamente as exposições curriculares nos diversos cursos de Museologia do Brasil, sendo a Escola de Museologia da UNIRIO, considerado o curso mais antigo do Brasil, a instituição com o maior número de pesquisas publicadas incluindo a memória de suas exposições no berço da formação em Museologia.

A UNIRIO tem uma trajetória nas ações de resgate e registro da história do seu Curso de Museologia, como, por exemplo, o Núcleo de Memória da Museologia no Brasil (NUMMUS) da Escola de Museologia da UNIRIO, coordenado pelo Prof. Ivan Coelho de Sá. O NUMMUS é um núcleo de preservação da memória da Escola de Museologia da UNIRIO, formado no ano de 2005, que realizou um mapeamento das exposições curriculares produzidas pelo Curso desde 1975 após um processo

de salvaguarda do acervo documental do curso, que incluía projetos e relatórios destas exposições (SÁ, 2020).

Quanto à memória recente e acessível de exposições curriculares nos demais cursos de Museologia no Brasil, os cursos da UFRGS⁴ e da UFSC⁵ disponibilizam parte do acervo, documentação e material produzido para as exposições curriculares por meio da plataforma Tainacan⁶, *software* livre para criação de coleções e difusão de acervos *online*, concedendo acesso aos registros de suas produções à comunidade geral. A Escola de Museologia da UNIRIO disponibiliza em seu site uma lista com algumas das exposições curriculares produzidas pelo curso desde 1976⁷, indicando exposições que estão em processo de pesquisa documental. O Curso de Museologia da UNB também possui um arquivo digital com registros de suas exposições curriculares, incluindo experiências em curadoria digital⁸. No entanto, no geral, comparado ao número e à trajetória dos cursos de Museologia no Brasil, é pequena a quantidade de fontes publicizadas ou plataformas de acesso público dedicadas às memórias institucionais das formações.

Os registros de memória institucional dos cursos de Museologia são imprescindíveis para que possamos visualizar as transformações nas práticas e metodologias aplicadas no ensino superior da Museologia através dos anos, que refletem diretamente no campo dos museus. Para além disso, documentar e socializar as produções dos cursos, como, por exemplo, as exposições curriculares, nos permitem adaptar e melhorar estas metodologias e práticas a partir da avaliação destas experiências, além de potencializar a função social dessas exposições, comunicando-as para um público ainda maior e mais diverso.

⁴ Disponível em: <https://memoriamslufrgs.online/tainacan/colecao/exposicoes-curriculares/> Acesso em 04 de abril de 2023.

⁵ Disponível em: <https://museologia.acervos.ufsc.br/> Acesso em 04 de abril de 2023.

⁶ O *software* Tainacan, lançado em 2018, foi desenvolvido “[...] a partir de uma parceria entre o MediaLab, da Universidade Federal de Goiás, e o Ministério da Cultura, no ano de 2014”. (MARTINS, CARVALHO, GERMANI, 2018). Desenvolvido por *WordPress*, de forma gratuita, o Tainacan possibilita que instituições museais e culturais no geral comuniquem seus acervos no ciberespaço, podendo ser também uma ferramenta de gestão interna, e tem como objetivo “[...] possibilitar a criação de um repositório de fácil utilização, configuração e implementação, se tornando uma alternativa livre e eficiente para instituições culturais que tenham por objetivo implementar repositórios temáticos e institucionais” (MARTINS, SILVA, SEGUNDO, SIQUEIRA, 2017). Até a produção deste trabalho, o Tainacan apresenta 105 casos de uso em diferentes estados do Brasil, um caso de uso no México e um no Chile. Para saber mais, acesse: <https://tainacan.org/> Acesso em 16 de fevereiro de 2023.

⁷ Disponível em: <http://www.unirio.br/cch/museologia/exposicao-curricular> Acesso em 04 de março de 2023.

⁸ Disponível em: <http://www.museologia.fci.unb.br/apresentacao-3> Acesso em 04 de março de 2023.

Nessa perspectiva, cabe salientar que a *internet* tornou-se uma ferramenta potente para a socialização dessas experiências e, perante as rápidas modernizações tecnológicas e de plataformas disponíveis, nos possibilita conhecer tecnologias que possam acrescentar à área, como o caso dos cursos de Museologia da UFRGS e UFSC com o uso da plataforma Tainacan. Além disso, a publicização das produções dos cursos por meio da *internet* é, também, um recurso de acessibilidade.

O ano de 2020 traz uma virada inesperada quando o mundo entra em *lockdown*, transformando o modo que interagimos e convivemos: a pandemia de Covid-19. No caso das instituições museológicas, “90% de cerca dos 95 mil museus existentes no mundo havia suspenso as atividades presenciais” (MIRANDA, 2020, p. 109).

Com o primeiro caso registrado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 31 de dezembro de 2019 (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020), o novo coronavírus avança rapidamente pelo mundo e cresce descontroladamente no Brasil perante à desinformação e o negacionismo do governo vigente na época:

O primeiro caso confirmado de COVID-19 no Brasil foi registrado em 26 de fevereiro de 2020. A primeira morte, de um homem de 62 anos, ocorre no dia 17 de março. Nos meses seguintes a doença avançou rapidamente: 100 mortos em 28 de março; 100 mil óbitos em 8 de agosto. Além do medo de contaminação, a ansiedade e confusão da população foram ampliadas diante da politização da pandemia no país. [...] Em virtude dos riscos da pandemia e do potencial esgotamento dos serviços de tratamento intensivo, as autoridades de saúde passaram a exigir o uso de máscaras, higienização das mãos e superfícies e o isolamento social. No limite, diversas cidades decretaram o confinamento compulsório (*lockdown*). Muitas delas tiveram que retomar essa forma de isolamento extremo mesmo depois de tal medida ter sido revogada (PRIMO, 2020, p. 178).

O isolamento social modificou nossas vidas e, conseqüentemente, o funcionamento das instituições, entretanto, “a interação online contribuiu para que algumas dificuldades relacionais, escolares e profissionais fossem minimizadas” (PRIMO, 2020, p. 181). Por medida de segurança, as aulas nas universidades públicas do Brasil foram suspensas e voltaram meses depois em formato remoto. Um dos efeitos do ensino remoto nas universidades foi a transformação dos exercícios práticos promovidos pelos cursos de graduação, reverberando na necessária adaptação desses exercícios, como foi o caso das exposições curriculares para os Cursos de Museologia.

Alguns cursos optaram por realizar suas exposições curriculares no ciberespaço, o que altera a forma e as estratégias museológicas e museográficas das exposições, exigindo outras técnicas e métodos. O novo formato afetou o modo como o tema atingiu o público, o acesso à exposição, a escolha do acervo, as ações educativas, avaliativas e comunicacionais.

Seguindo a contextualização do exercício de exposição curricular no viés da sua importância social e de formação acadêmica apresentada no presente capítulo, o subcapítulo a seguir que busca construir uma linha do tempo das exposições curriculares dos cursos de Museologia em universidades do Brasil que ocorreram no ciberespaço durante a pandemia de Covid-19, abordando seus temas e as principais estratégias comunicacionais utilizadas para alcançar seus públicos-alvo no ciberespaço, além de conceitos importantes para a compreensão das ciberexposições.

2.1 O ciberespaço como campo de possibilidades para as exposições curriculares

A compreensão de ciberexposição, também chamada exposição digital, aparece na obra “Conceitos-chave de museologia” (2013) de André Desvallées e François Mairesse, como derivado do conceito de “exposição” e que contempla a seguinte reflexão:

O desenvolvimento das novas tecnologias e do design por computadores popularizou a criação de museus na internet e a realização de exposições que podem ser visitadas na tela ou por meio de suportes digitais. Mais do que utilizar o termo “exposição virtual” (que designa, mais precisamente, uma exposição em potência, isto é, uma resposta potencial à questão do “mostrar”), preferimos os termos **“exposição digital” ou “ciberexposição” para evocar essas exposições particulares que se desenvolvem na internet**. Estas oferecem possibilidades que não permitem exposições clássicas de objetos materiais (agrupamentos de objetos, novos modos de apresentação, de análise, etc.). Mas se, por enquanto, elas são apenas concorrentes das exposições com objetos reais nos museus clássicos, não é impossível, por outro lado, que o seu desenvolvimento influencie os métodos atualmente empregados no seio desses museus (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 45, grifos da autora).

Considerando a extensão da história dos museus, é possível afirmar que a aproximação das instituições museológicas com a informática e com a *internet* é bastante recente e, “[...] com a popularização dos computadores, a partir dos anos

1980-90, observa-se a expansão dos museus para o mundo digital” (LOPES, 2023, p. 122). A importância da criação de bancos de dados informatizados data do final da década de 1980, sendo projetados como uma ferramenta para o “museu integral”⁹, museu que deixa de ser apenas um prédio e, ao invés de constituir um acervo estático, passa a coletar dados e informações relacionadas aos testemunhos culturais (DESVALLÉES, 2015).

A adesão de instituições museológicas a plataformas e espaços digitais e virtuais para a realização de ações comunicativas e expositivas indica “um movimento natural em direção a uma instituição cultural *pari passu* com as demandas do seu tempo” (LOPES, 2023, p. 125) e é um caminho que já vinha sendo trilhado e se tornou uma urgência. No ano de 2002 foi realizado o XII Encontro Regional do Comitê Internacional de Museologia do Conselho Internacional de Museus (ICOFOM) dos países latinoamericanos, com o tema “Museologia e apresentação: original/real ou virtual?”. Diversos dos textos produzidos para o evento abordam diretamente os usos das novas tecnologias nos museus, como “Nuevas tecnologías al servicio del museo actual”¹⁰, de Verónica Muñoz, que indica que o museu contemporâneo não pode se tornar estático em relação às tecnologias:

[...] o museu contemporâneo, consciente de suas funções específicas, principalmente a da conservação e difusão de suas coleções, não podia permanecer isolado e imutável perante toda a avalanche tecnológica existente, atualizando e adotando dia a dia os elementos necessários para o melhor manejo de suas instituições (MUÑOZ, 2002, p. 76, tradução livre)¹¹.

O museu tradicional é intimamente ligado à ideia de lugar como espaço físico, o que se reflete em exercícios de curadoria e exposição museológica como a própria exposição curricular. O ciberespaço, em especial a *internet*, que para muitos cursos de Museologia servia às exposições curriculares como ferramenta de pesquisa e

⁹ A noção de museu integral surge com a Nova Museologia, “[...] movimento nascido na França nos anos 1980 e no plano internacional em 1984, sobre as bases notadamente da plataforma de Santiago do Chile, de 1972. Enfatiza a vocação social do museu e seu caráter interdisciplinar, ao mesmo tempo que seus modos de expressão e de comunicação renovados. Seu interesse está dirigido, sobretudo, aos novos tipos de museus” (DESVALLÉES, 2015, p. 66). Dentre estes tipos de museu, está o museu integral, uma forma de museu “[...] que integra como sua a totalidade do patrimônio contido no território que lhe é dado como campo e que, inventariado sistematicamente, serve ao mesmo tempo como objeto de estudo e matéria para as exposições” (DESVALLÉES, 2015, p. 66).

¹⁰ “Novas tecnologias a serviço do museu atual” em tradução livre.

¹¹ Citação original: “[...] el museo contemporáneo, consciente de sus funciones específicas, principalmente la de la conservación y difusión de sus colecciones, no podía permanecer aislado e inmutable ante toda la avalancha tecnológica existente, actualizando y adoptando día a día los elementos necesarios para el mejor manejo de sus instituciones” (MUÑOZ, 2002, p. 76).

divulgação, se tornou o lugar onde o exercício ocorreu em consequência da suspensão das atividades acadêmicas presenciais em 2020 e 2021.

Nessa perspectiva é significativo abordar alguns conceitos importantes para compreender essas exposições realizadas em meio digital. O conceito de “ciberespaço”, pela definição de Pierre Lévy (1999), além de contemplar os suportes materiais de acesso à *internet*, trata da informação nele contida e das pessoas que interagem com ele, além de ser por si só um meio de comunicação, enquanto a “cibercultura”, outro importante conceito para este trabalho, é tudo o que é nele desenvolvido:

O ciberespaço (que também chamarei de ‘rede’) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p.17).

Segundo Raquel Recuero (2006), a compreensão humana da noção de ciberespaço é feita por meio da noção de “lugar”. A transição do *offline* para o *online* é uma mudança brusca de cenário causada pelo isolamento social que prontamente causa uma estranheza fundada na impossibilidade de separação do sujeito e seu ambiente material (LÉVY, 1999) e da noção de espaço e lugar do meio natural (COSTA, SOUZA, 2006), entretanto, os lugares no ciberespaço “não são determinados fisicamente, mas metaforicamente (através de um espaço simbólico)” (RECUERO, 2006, p. 46). Para os museus, o espaço simbólico, também chamado de virtual ou simulacro, é um campo de potências (MENESES, 2007) enquanto há consciência de que não se pode substituir a experiência física e material.

O virtual, no que não substitui o real, também não se opõe a ele (LÉVY, 1999; DESVALLÉES, MAIRESSE, 2013), podendo ser uma extensão: “o ciberespaço, ou espaço virtual é também espaço, guardando características de ambiente, no que se refere à sua capacidade de interferir na produção e reprodução da cultura. Sendo espaço, é também lugar” (COSTA, SOUZA, 2006, p. 4). Nesse sentido, o ciberespaço pode ser o meio de representação de um lugar concreto (RECUERO, 2006) e, no caso de uma exposição museológica, pode representar ou simular um museu ou se tornar ele mesmo um espaço expositivo. No caso das exposições curriculares ocorridas durante a pandemia, podemos dizer que o ciberespaço foi o

lugar que permitiu a realização de um conjunto de ações, interações e comunicações que foram impossibilitadas de acontecer no mundo físico naquele momento.

Entretanto, é preciso considerar de maneira realista essas possibilidades de comunicação e interação. Meneses (2007) nos instiga a pensar o ciber Museu a partir da transformação da cultura em modalidade de consumo que, no que tange o consumo e acesso à *internet*, não é uma realidade para todos, visto que nossa sociedade ainda não dispõe de recursos para proporcionar acesso a equipamentos e programas na mesma proporção da demanda. O mesmo raciocínio pode ser aplicado às ciberexposições.

Em suma, tecnicamente, podemos dizer que a ciberexposição não se trata de um *site* de divulgação, registro ou reprodução de uma experiência curatorial museológica, mas de uma exposição autônoma que acontece no ciberespaço e pode ser visitada por todos que têm acesso à ela. São propostas diferentes visando experiências diferentes:

[...] é preciso lembrar que no museu virtual, o acervo detém especificidades e um novo contexto, pois ele é *virtualizado*. Isso consiste em o objeto deixar de ser o centro e tornar-se objeto em potencial, tanto de comunicação quanto de exposição por meio dos processos de musealização (CHAVES; HENRIQUES, 2019, p. 2)

É importante salientar que as tecnologias e seu uso em museus e experiências curatoriais museológicas “tratam-se de instrumentos, os quais precisam ser bem manejados, e para isso é preciso que o Ensino em Museologia atente para isso” (MORAES, 2021, p. 20) e podemos afirmar que isso se aplica às formas de comunicar e expor no ciberespaço. Mais do que isso, o ensino em Museologia precisa discutir e, se possível, experimentar com a realização de atividades curatoriais museológicas no ciberespaço para que se desenvolvam maneiras efetivas de uso dessas tecnologias, que possam contribuir para a área e, também, impactar positivamente na experiência do visitante:

[...] é preciso que a Museologia e a formação em Museologia invistam em refletir, debater e atuar sobre o campo digital, reconhecendo as transformações que é capaz de provocar nas relações com os públicos, especialmente os mais jovens e familiarizados com tecnologias digitais em rede (MORAES, 2021, p. 19).

A partir da contextualização de ciberespaço e cibere Exposição aqui desenvolvida, descreveremos as exposições curriculares de cursos de Museologia do Brasil que ocorreram no ciberespaço durante o período da pandemia de Covid-19 considerando apenas exposições realizadas durante o ensino remoto (sem encontros presenciais) em suas respectivas universidades, visto que o exercício de exposição curricular *online* não é inédito para todos os cursos¹².

As exposições serão dispostas cronologicamente, com a descrição de seus temas e a listagem de suas estratégias comunicacionais identificadas e encontradas por meio da pesquisa em redes sociais e ferramentas de pesquisa *online*. As informações aqui descritas foram coletadas a partir dos registros digitais restantes dessas exposições e por meio de publicações acadêmicas, visto que algumas não estão mais disponíveis para visita integral, o que faz parte da realidade de uma exposição museológica de caráter temporário.

Abaixo, apresento um quadro (Quadro 2) com a cronologia simplificada da realização dessas exposições:

Quadro 2: Exposições curriculares em formato digital dos cursos de Museologia do Brasil realizadas durante a pandemia da Covid-19

Universidade	Nome da exposição	Data de abertura	Data de encerramento
UFMG	Confluências: A vida de João das Neves	27 de outubro de 2020	03 de novembro de 2020
UFSC	noia	13 de novembro de 2020	13 de dezembro de 2020
UNIRIO	Pindorama: a natureza não está à venda	13 de janeiro de 2021	31 de janeiro de 2021
UFRGS	No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre	12 de abril de 2021	08 de junho de 2021
UFMG	Arte (A) Caminho	03 de setembro de 2021	28 de setembro de 2021
UFPEL	Botânica: viver e sentir	27 de setembro de 2021	29 de outubro de 2021
UFRGS	EMARANHADO:	11 de outubro de 2021	12 de novembro de

¹² Anteriormente ao período pandêmico, o Curso Noturno de Museologia da UNIRIO “[...] produziu duas exposições curriculares que, em decorrência de dificuldades administrativas no que diz respeito a verba, tomaram formato digital. No entanto, estas não tiveram como perspectiva metodológica o enfrentamento das complexidades e potencialidades da cultura digital, fizeram parte, portanto, de outra conjuntura processual” (MORAES, 2021, p. 298).

	reflexões sobre a cibercultura		2021
--	-----------------------------------	--	------

Fonte: a autora, 2023.

2.1.1 Confluências: A vida de João das Neves (UFMG)

A exposição “Confluências: A vida de João das Neves”, da UFMG, foi a primeira exposição da Museologia/UFMG em meios digitais e, também, a primeira exposição curricular de um curso de graduação em Museologia no Brasil em formato *online* em razão da pandemia de Covid-19. Inaugurada em 27 de outubro de 2020, a exposição homenageou João das Neves, artista e produtor cultural nascido no Rio de Janeiro.

Dentre os registros digitais encontrados, a página de *Linktree*¹³ da exposição, sob o user *@exposicaoconfluencias* (Figura 1), dava acesso à exposição por meio de um *site* próprio, sob o endereço <www.exposicaoconfluencias.com>. O botão “Canal do YouTube ECI” deveria redirecionar o visitante ao canal de *YouTube* da Escola de Ciência da Informação (ECI) da UFMG, mas a ação não se completa por um erro de indexação do *link*.

Figura 1: *Print* da página de *Linktree* da exposição “Confluências: A vida de João das Neves”



Fonte: *Linktree* “Confluências: A vida de João Neves”, 2020.

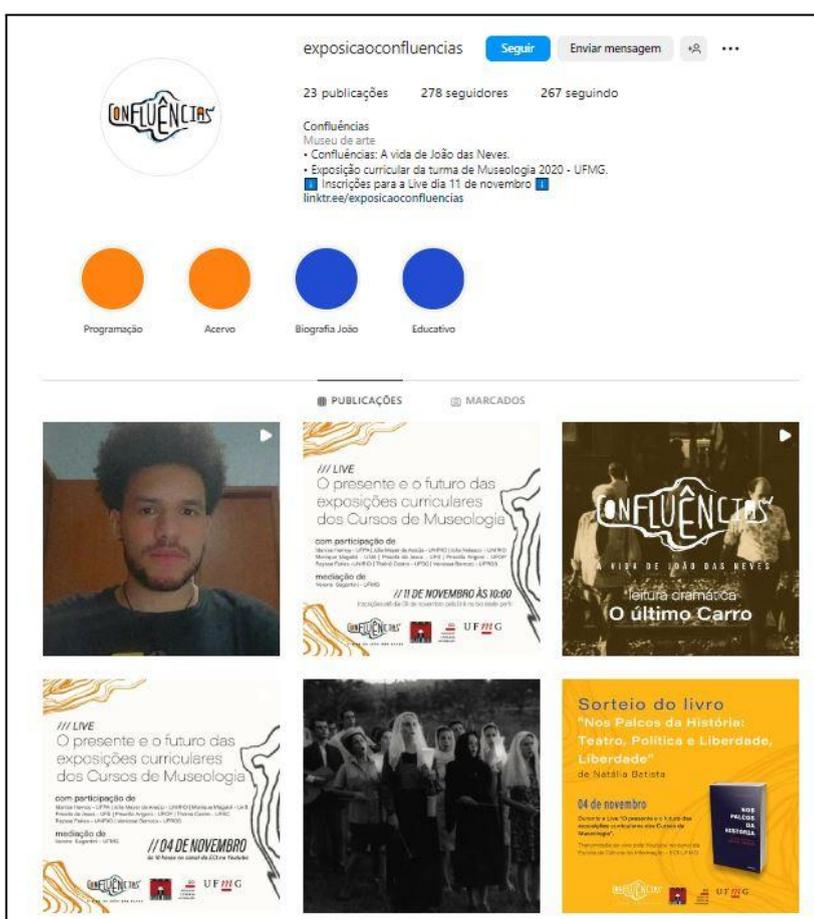
No canal de *YouTube* da ECI/UFMG, foram realizadas duas *lives*. A primeira *live*, denominada “Confluências - A vida de João das Neves”, foi realizada em 27 de

¹³ Disponível em: <https://linktr.ee/exposicaoconfluencias> Acesso em 04 de março de 2023.

outubro de 2020 e celebrou a abertura da exposição¹⁴. A segunda *live*, “O presente e o futuro das exposições curriculares dos Cursos de Museologia”, mediada pelo estudante-curador Maxwell Pego, foi transmitida em 11 de novembro de 2020 com a presença de Verona Segantini, docente orientadora da exposição, Vanessa Barrozo Teixeira Aquino (UFRGS), Thainá Castro (UFSC), Priscila de Jesus (UFS), Priscila Arigoni (UFOP), Monique Magaldi (UNB), Ida Hamoy (UFPA), Rayssa Farias (UNIRIO), Júlia Mayer de Araujo (UNIRIO), Júlia Nolasco de Moraes (UNIRIO)¹⁵.

O perfil de *Instagram* da exposição (Figura 2) foi utilizado na contextualização do tema, apresentação da equipe, divulgação das *lives* realizadas e o sorteio de dois livros, além de uma série de seis vídeos apresentando o tema da exposição e um vídeo com a leitura de um trecho da peça “O último carro”, de autoria do homenageado da exposição, João das Neves.

Figura 2: *Feed de Instagram* da exposição “Confluências: A vida de João das Neves”



Fonte: perfil da exposição “Confluências: A vida de João das Neves” no *Instagram*, 2020.

¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/live/ZT6pOmYKQIY> Acesso em 05 de março de 2023.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=51Mh7fDW1dw> Acesso em 05 de março de 2023.

O perfil apresenta quatro destaques, “Programação”, “Acervo”, “Biografia João” e “Educativo”. Os três primeiros destaques possuem um *story*¹⁶ de conteúdo cada um, e o quarto, “Educativo”, não possui conteúdo. No *feed*, é possível encontrar uma captura de tela da página inicial do *site* da exposição (Figura 3).

Figura 3: Página inicial da exposição “Confluências: A vida de João das Neves” em postagem no perfil do *Instagram*



Fonte: perfil de *Instagram* da exposição “Confluências: A vida de João das Neves”, 2020.

A exposição foi encerrada em 03 de novembro de 2020. Em março de 2023, o perfil do *Instagram* contabiliza mais de 200 seguidores e as *lives* do *YouTube* somam mais de 900 visualizações.

2.1.2 noia (UFSC)

Em 13 de novembro de 2020, foi inaugurada a exposição curricular *online* do curso de Museologia da UFSC, “noia” (Figura 4). Desenvolvida por treze discentes

¹⁶ “*Story*”, no plural “*stories*”, é um recurso do *Instagram* que permite postagens temporárias com duração de 24h que podem ser arquivadas quando fixadas por meio de “destaques” no perfil do usuário.

sob orientação de duas docentes do curso¹⁷, a exposição tinha como tema central a reflexão sobre a saúde mental na academia:

A exposição NOIA estimula a reflexão sobre o trauma social e cuidado coletivo ampliando a visibilidade desta problemática, especialmente considerando a comunidade acadêmica. NOIA também trata dos cuidados coletivos e meios de resistências na perspectiva da saúde mental e a partir do cuidado constante de si e do outro nos hábitos diários (NOIA, 2019, p. 09 apud CASTRO e PADILHA, 2021, p. 11).

Figura 4: Página inicial da exposição “noia”



Fonte: *site* da exposição “noia”, 2020.

Desenvolvida em um site *WordPress*¹⁸ no endereço <exponoia.cfh.ufsc.br>, a exposição foi dividida em cinco abas, sendo três delas módulos da exposição, uma aba destinada à programação cultural e educativa e uma aba para a ficha técnica.

¹⁷ A equipe da exposição “noia” foi composta pelos discentes Ana Paula Soares Roman, Augusto Gomes Alencar Barbosa, Bárbara de Abreu Inácio, Ian Misael Reis, Izabella Trindade Cavalcante, Jessica Ferreira da Silva, Kaiany Siqueira Santana Alexandrina, Lara Colossi Vaz, Larissa Gabriela Wentland, Lautaro Ferrari de Souza, Mayara Lacal Cunha Ladeia, Pedro Henrique dos Santos Wolter e Vanessa Halmenschlager com orientação de Thainá de Castro e Renata Padilha e monitoria de Nathália Maia.

¹⁸ Disponível em: <https://exponoia.cfh.ufsc.br> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

Em seu primeiro módulo, “Denunciar”, a instalação “Conexões” (Figura 5) questionava ao visitante “Como você se sente no EAD [Ensino a Distância]?”. No segundo módulo, intitulado “Conectar”, a instalação “Comunicar e compartilhar” cria uma nuvem de palavras formadas a partir de termos enviados pelos visitantes. Através de um ícone de envelope de carta na área superior do site, era possível enviar um *e-mail* de contato para a equipe da exposição.

Figura 5: Instalação “Conexões” da exposição “noia”



Fonte: *site* da exposição “noia”, 2020.

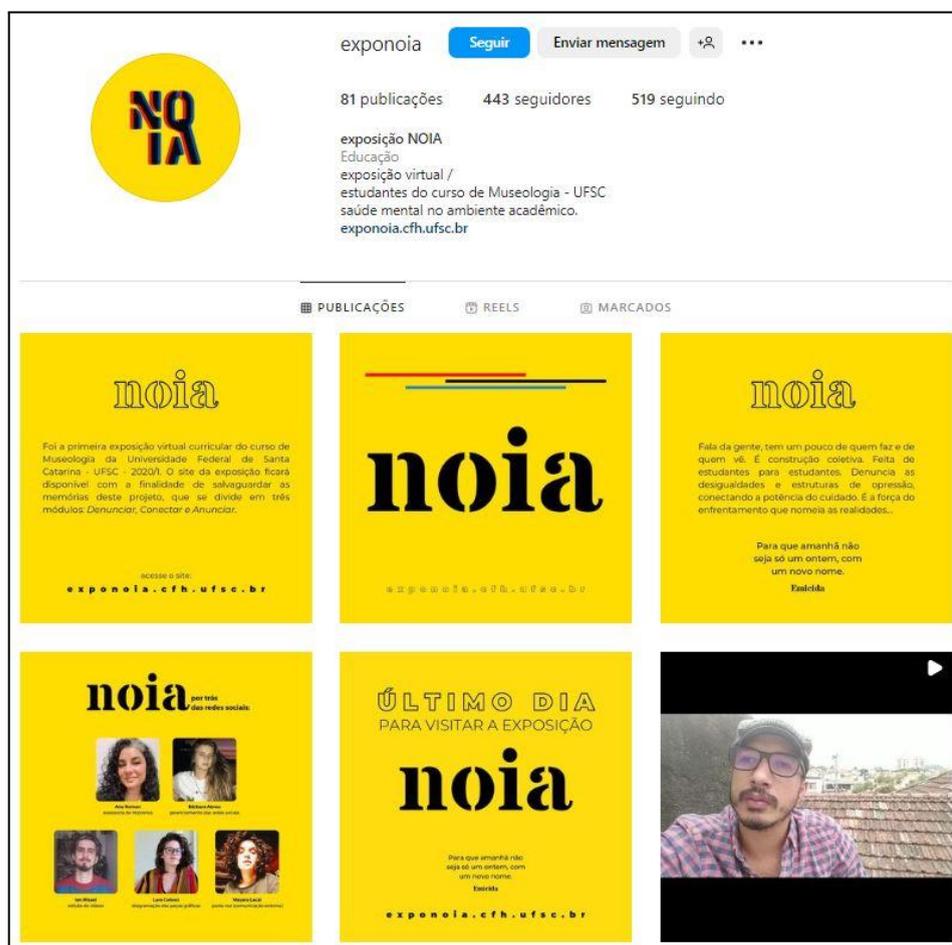
O *Instagram*¹⁹ da exposição (Figura 6) foi utilizado principalmente para a divulgação da programação e *lives*, dicas de leitura, filmes e música enquanto postagens com perguntas geradoras foram feitas para interação com o visitante. A página de *Facebook*²⁰ apresentava conteúdo similar ao do *Instagram*, utilizando a plataforma para divulgação da exposição e suas ações, como a participação na mesa de encerramento da exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à

¹⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/exponoia/> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

²⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/exponoia> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

venda”. De maneira similar às outras plataformas, o *Twitter*²¹ foi utilizado na divulgação da exposição, especialmente no pré-lançamento do site.

Figura 6: Perfil de *Instagram* da exposição “noia”



Fonte: perfil da exposição “noia” no *Instagram*, 2020.

O perfil de *Spotify* da exposição²² possui três *playlists* musicais e o canal no *YouTube* possui duas *lives*, “Geosamba” e “Terça&Som”, somando mais de 500 visualizações²³. A exposição “noia” foi encerrada em 13 de dezembro de 2020, sendo uma exposição de curta duração que desenvolveu atividades ativamente durante 31 dias.

²¹ Disponível em: <https://twitter.com/exponoia> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

²² Disponível em: <https://open.spotify.com/user/o5lmpc9byvbxtuwhib3o6vv7k> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

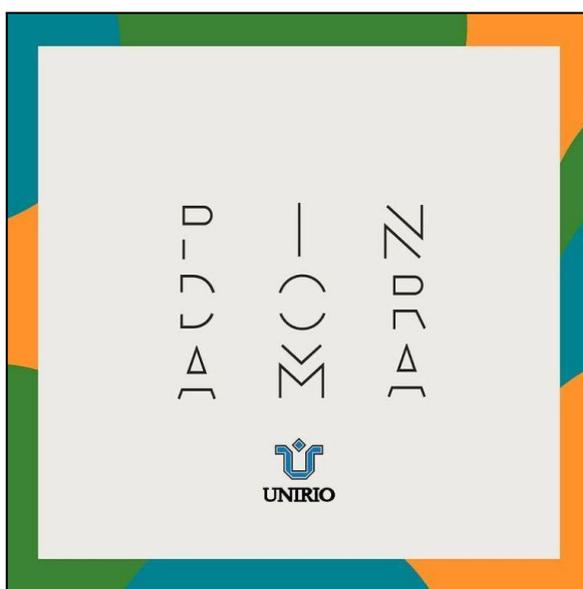
²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/@ExpoNOIA/streams> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

2.1.3 Pindorama: a natureza não está à venda (UNIRIO)

Inaugurada em 13 janeiro de 2021, a exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” (Figura 7) foi realizada pela turma do curso de Museologia Integral 2020/1 da UNIRIO, composta por vinte alunos sob orientação de quatro docentes²⁴.

Como tema central definido no ano de 2019, “o tema escolhido foi ‘a exploração de recursos naturais no Brasil’, a ser desenvolvido ‘sob perspectiva decolonial’” (MORAES, 2021, p. 296). Dentre suas abordagens, a exposição buscou refletir sobre o impacto do agronegócio no meio ambiente, a relação dos movimentos indígenas, quilombolas, ribeirinhos e do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) com a natureza e discutir a preservação ambiental durante a pandemia.

Figura 7: Logotipo da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”



Fonte: perfil da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” no *Instagram*, 2021.

É possível encontrar na página *Linktree*²⁵ ou *apptuts.bio*²⁶ da exposição os *links* de acesso a todas as plataformas nas quais as ações da exposição foram realizadas, como um *site* próprio no endereço <expopindorama.com.br>, canal do

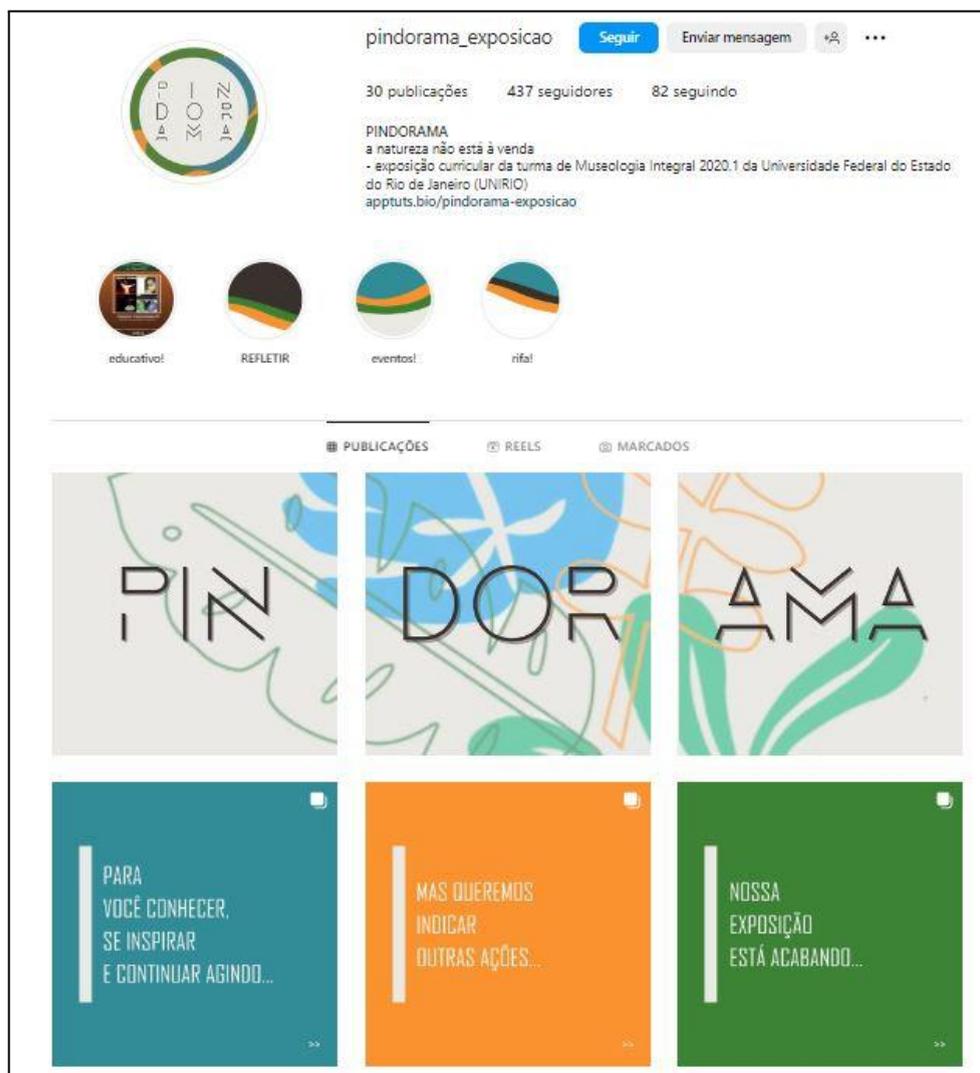
²⁴ “A exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à venda” foi realizada pelos discentes: Caio Cerqueira, Débora Valle, Érika Barbosa, Gabriel Monçores, Ilana Freitas, Isabela Freitas, Júlia Araujo, Larissa Martins, Lia Peixinho, Livia Souza, Luiz Eduardo Souza, Marília Martins, Nicolas Santos, Nicole Reiniger, Railani Nascimento, Rayssa Silva, Thalyta Angelici, Thamires Silva, Thamires Siqueira e Thiago Silva” (MORAES, 2021, p. 298).

²⁵ Disponível em: <https://linktr.ee/pindoramaexposicao> Acesso em: 19 de fevereiro de 2023.

²⁶ Disponível em: <https://apptuts.bio/pindorama-exposicao> Acesso em: 19 de fevereiro de 2023.

YouTube, perfil de *Instagram* (Figura 8) e *Facebook* e *link* direto para as *lives* de roda de conversa realizadas no *YouTube*.

Figura 8: Perfil de *Instagram* da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”



Fonte: perfil da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” no *Instagram*, 2021.

De acordo com Júlia Nolasco Leitão de Moraes, professora da Escola de Museologia da UNIRIO e docente orientadora da exposição,

[...] as mídias sociais foram lançadas um mês antes do sítio eletrônico, apresentando tópicos específicos e exclusivos da narrativa. Algumas das publicações, especialmente no Instagram, suscitaram abordagens que não foram feitas no sítio eletrônico e que foram fundamentais na construção narrativa (MORAES, 2021, p. 308).

No *Instagram*²⁷ a exposição se utiliza do recurso de carrossel para apresentar imagens, textos e vídeos relativos ao tema e os conceitos norteadores da exposição, divulgar as rifas realizadas para a captação de recursos financeiros, interagir com o público por meio do engajamento de páginas de projetos e ações de preservação do meio ambiente e divulgação das mesas de conversa promovidas pela exposição no *YouTube*. No *Instagram*, os recursos de *stories* e *reels*²⁸ também foram utilizados. O conteúdo do *Facebook*²⁹ abrange o conteúdo do *Instagram* e outras postagens exclusivas para a rede. As postagens são direcionadas às redes nas quais são emitidas por meio de *templates* adaptados aos diferentes formatos apropriados para cada uma. Quanto às *lives* do *YouTube*³⁰ (Figura 9), foram realizadas quatro no total.

Figura 9: Canal de *YouTube* da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”



Fonte: canal da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” no *YouTube*, 2021.

Em 27 de janeiro de 2021, foi realizada a mesa de encerramento da exposição, “Exposição curricular virtual: relatos nos cursos de museologia durante a pandemia de COVID-19”³¹ (Figura 10), uma *live* no *YouTube* mediada pela curadora

²⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/pindorama_exposicao Acesso em: 19 de fevereiro de 2023.

²⁸ “*Reel*” é um formato de vídeo do *Instagram* em orientação vertical de até 15 minutos de duração, armazenados em uma aba secundária no perfil do usuário.

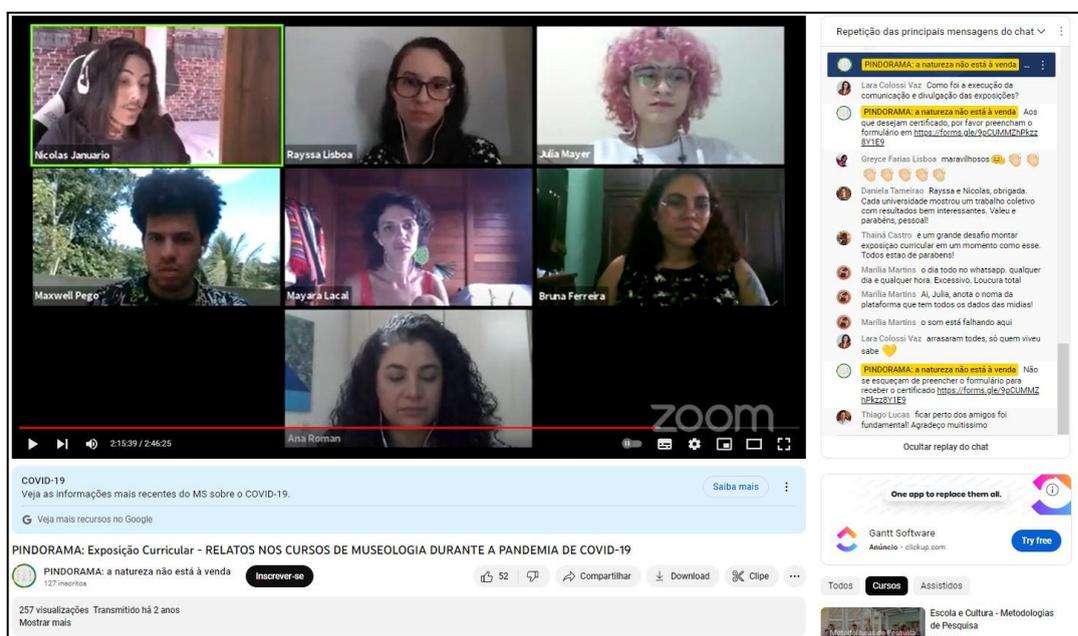
²⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/pindoramaexposicao> Acesso em: 19 de fevereiro de 2023.

³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC-N0MmF7ytHWdsLnurEV7-A> Acesso em: 19 de fevereiro de 2023.

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UmzKbl8zKhM> Acesso em 04 de março de 2023.

Julia Mayer, com a participação de discentes de três cursos de Museologia do Brasil. Os convidados da mesa de encerramento foram Bruna Ferreira e Maxwell Pego, discentes do Curso de Museologia da UFMG, apresentando a exposição curricular “Confluências: A vida de João das Neves”, Mayara Lacal e Ana Roman, da Museologia UFSC, apresentando a exposição “noia”, e Rayssa Lisbôa e Nicolas Januário, da UNIRIO, apresentando a exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”. A live soma 257 visualizações em março de 2020.

Figura 10: *Print* da live “Exposição curricular virtual: relatos nos cursos de museologia durante a pandemia de COVID-19” da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” no *YouTube*



Fonte: canal da exposição da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” no *YouTube*.

A exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” foi encerrada no dia 31 de janeiro de 2021.

2.1.4 No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre (UFRGS)

A exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre” (Figura 11), inaugurada em 12 de abril de 2021, foi inicialmente pensada em formato físico e estava prevista para acontecer no Museu da UFRGS no ano de 2020, precisando ser adaptada para o *online* em decorrência da pandemia da

Covid-19 e se tornando a primeira exposição do curso de Museologia da UFRGS em formato digital.

Realizada por uma equipe de onze alunos sob orientação de duas docentes e um docente no apoio técnico³², a exposição possuía como temática as memórias dos cinemas de rua e salas de projeção na cidade de Porto Alegre e as relações sociais produzidas a partir das experiências junto a estes espaços.

Figura 11: Logotipo da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”



Fonte: *Instagram* da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”, 2021.

A exposição aconteceu em um *website*, sob o endereço <www.escurinhodocinema.com.br>. O *site* da exposição³³ apresentava quatro núcleos divididos como salas de cinema, uma aba para as ações educativas, que consistiam em um *quiz*, um jogo da memória e um teste no *site BuzzFeed*³⁴, uma página de conteúdos extra, uma página com informações da equipe curatorial e colaboradores da exposição e uma página denominada “Opine aqui”. Através do *site*

³² “‘No escurinho do Cinema’ é um projeto orientado pelas professoras Vanessa Barrozo Teixeira Aquino e Ana Rodrigues Castro, além de contar com o apoio técnico do museólogo Elias Machado e com a monitoria de Giovanna Veiga. Fazem parte do corpo de alunos curadores: Alexya Donat, Bárbara Hoch, Bruna Martin, Clara Ungaretti, Cleide Menezes, Diogo Gomes, Fernando Giovanaz, Leandro Vacaro, Marcell Gonsioroski, Maria José Alves, Maria Luiza Machado, Marta Busnello e Ronaldo Milanez” (NO ESCURINHO DO CINEMA, 2021)

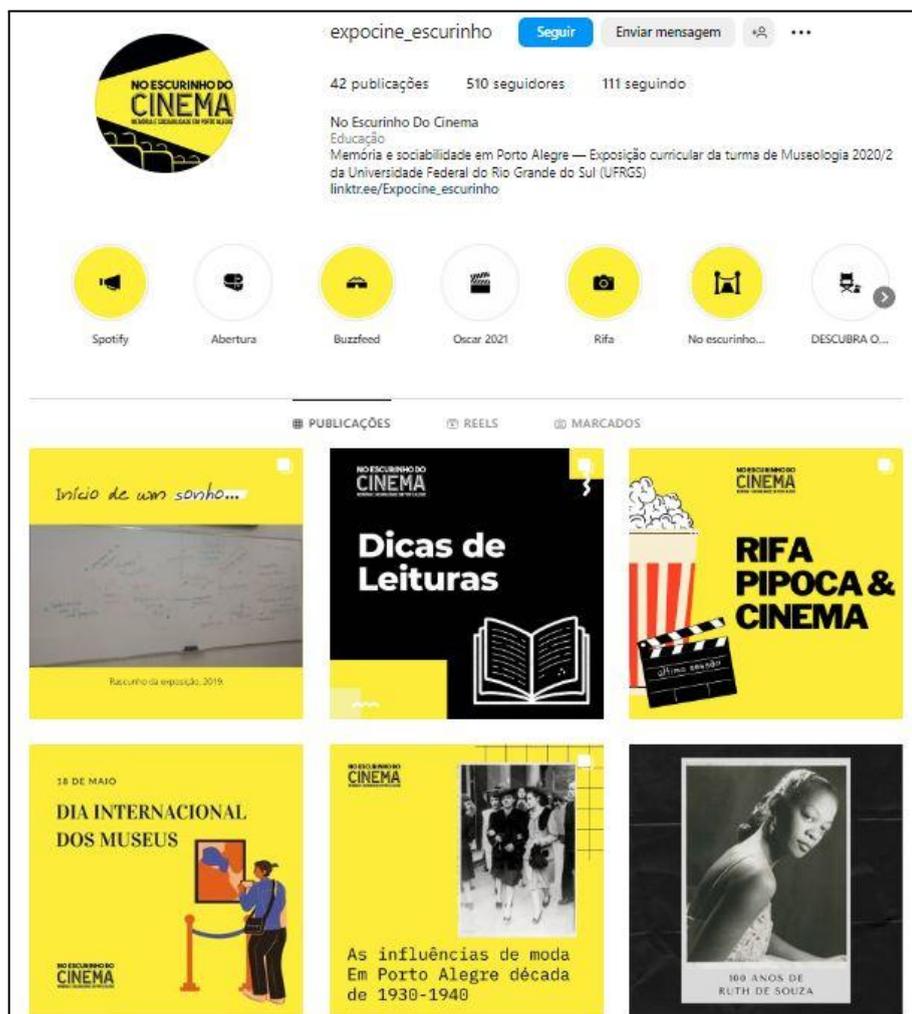
³³ Acesso em: <https://memoriamslufrgs.online/noescurinhodocinema/>

³⁴ Acesso em:

<https://www.buzzfeed.com/bbenha/qual-cinema-de-rua-de-porto-alegre-voca-seria-4kpgbyirsy>

é possível acessar as páginas de *Instagram* (Figura 12), *Facebook* e *Spotify* da exposição.

Figura 12: Perfil de *Instagram* da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”



Fonte: *Instagram* da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”, 2021.

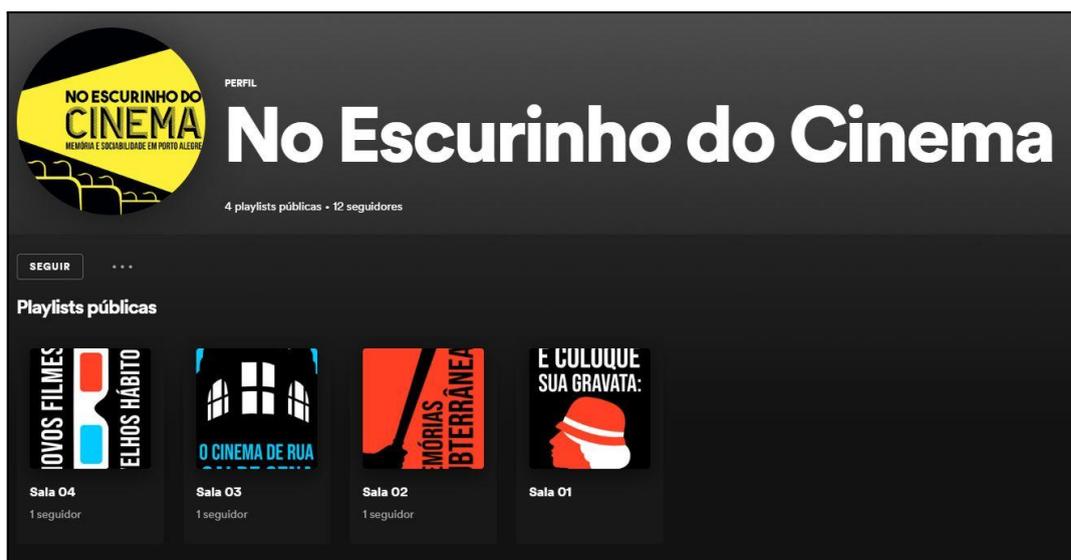
O conteúdo do site é reproduzido de maneira similar nos perfis de *Facebook*³⁵ e *Instagram* da exposição, consistindo em recortes do conteúdo do *site*. No caso do *Instagram*, textos nas descrições e o recurso de carrossel foram utilizados para interagir com o público por meio de perguntas geradoras e dicas de filmes e leitura. No *Instagram*³⁶, os recursos de *stories* e *reels* foram utilizados para divulgação das atividades educativas e conteúdo extra, e também foram divulgadas as *lives* promovidas pela exposição no canal do *YouTube* do curso de Museologia da

³⁵ Acesso em: <https://www.facebook.com/expoescurinhodocinema>

³⁶ Acesso em: https://www.instagram.com/expocine_escurinho/

UFRGS³⁷. No total, foram realizadas sete lives, sendo duas no formato de cine debate. O perfil do *Spotify* da exposição³⁸ apresenta quatro *playlists* diferentes com curadoria da equipe de alunos, denominadas de acordo com os núcleos da exposição (Figura 13). A página *Linktree*³⁹ dá acesso a todas as ações realizadas durante o período de visitação.

Figura 13: *Playlists* no perfil de *Spotify* da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”



Fonte: *Spotify* da exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre”, 2021.

A exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre” foi encerrada em 08 de junho de 2021 com o total de 255 visitas ao *site*, 751 visualizações no *YouTube* e aproximadamente 12 mil interações no *feed* do perfil do *Instagram*. Seus registros podem ser acessados na Coleção Exposições Curriculares do repositório digital do projeto Museologia na UFRGS: trajetórias e memórias⁴⁰.

³⁷ Acesso em: <https://www.youtube.com/@MuseologiaUFRGS>

³⁸ Acesso em: <https://open.spotify.com/user/gkz20y7o80dqe8jr5hxss4upn>

³⁹ Acesso em: https://linktr.ee/Expocine_escurinho

⁴⁰ Disponível em: <https://memoriamslufrgs.online/tainacan/exposicoes-curriculares/> Acesso em: 04 de março de 2023.

2.1.5 Arte (A) Caminho (UFMG)

Arte (A) Caminho (Figura 14) foi a segunda exposição curricular digital do Curso de Museologia da UFMG inaugurada em 03 de setembro de 2021⁴¹. Sua temática central se voltava para o patrimônio artístico da UFMG, a conservação das obras e os artistas que as produziram.

Figura 14: Logotipo da exposição “Arte (A) Caminho”



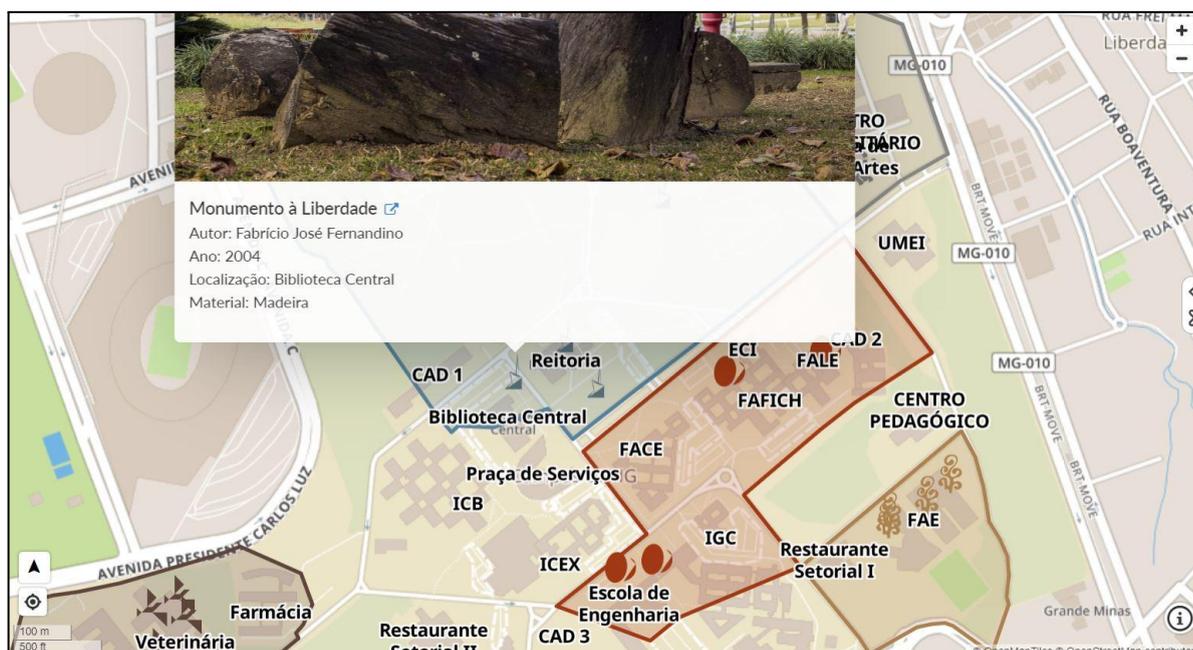
Fonte: perfil de *Instagram* da exposição “Arte (A) Caminho”, 2021.

Realizada por alunos da Museologia em parceria com o Acervo Artístico da UFMG, em seu *site* principal, sob o endereço <artecaminho.com>, proporcionava ao visitante conhecer as vinte e quatro obras espalhadas pelo Campus Pampulha da UFMG por meio da incorporação de um mapa interativo da plataforma *MapHub*⁴² com fotografias, dados e descrição das obras (Figura 15).

⁴¹ Ficha técnica completa disponível em: <https://www.instagram.com/p/CUYbXjuJMaH> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

⁴² Disponível em: <https://maphub.net/artecaminho/ufmg> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

Figura 15: Captura de tela do mapa da exposição Arte (A) Caminho



Fonte: MapHub, 2023.

O perfil da exposição no *site Campsite.bio*⁴³ possibilitou o acesso às diferentes plataformas utilizadas e ações realizadas. O *Instagram*⁴⁴ e o *Facebook*⁴⁵ foram as plataformas utilizadas na divulgação da exposição e suas atividades paralelas, como, por exemplo, a programação educativa e suas *lives*, além da reprodução de amostras do conteúdo do *site* principal instigando o público a visita

Duas ações educativas foram realizadas por meio digital, “Oficina Sensorial Corpo e Sensibilidade”, com inscrições via *Google Forms*, e “Envie Uma Parte do Campus Para Alguém”, a segunda convidando o visitante a enviar um cartão postal digital, também realizada por meio de formulário *Google*. Uma coleção de pôsteres com fotografias das obras e a arte da identidade visual desenvolvida para a exposição foi disponibilizada por meio do *Google Drive*⁴⁶. Três *lives* foram realizadas no canal da ECI/UFMG no *YouTube*⁴⁷ (Figura 16).

⁴³ Disponível em: <https://campsite.bio/artecaminho> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

⁴⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/artecaminho/> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

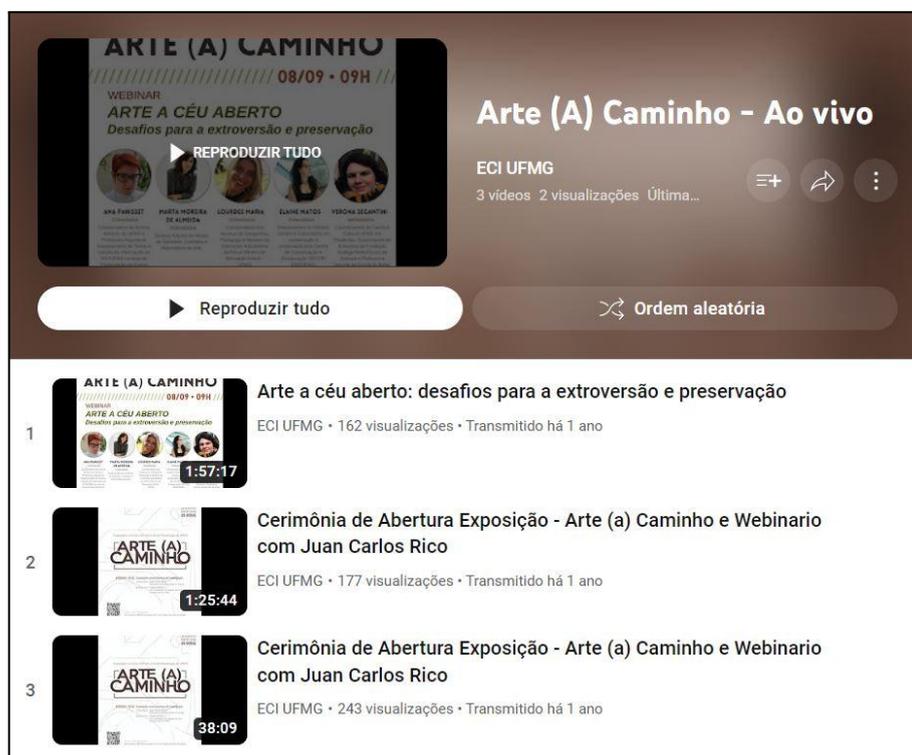
⁴⁵ Disponível em:

<https://www.facebook.com/people/Exposi%C3%A7%C3%A3o-Curricular-Arte-a-Caminho/100072124962772/> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

⁴⁶ Disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1IZWSQf_QI2bq2kMmaTVqC_8S8ixzimuk Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

⁴⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/@eciufmgbr> Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

Figura 16: *lives* da exposição “Arte (A) Caminho” no canal de *YouTube* da ECI/UFMG



Fonte: canal de *YouTube* da exposição “Arte (A) Caminho”, 2021.

O *site* da exposição, que se tratou de uma experiência curatorial de caráter temporário, não se encontra mais disponível para visitação, porém o mapa desenvolvido para a exposição e seu conteúdo ainda pode ser acessado em <https://maphub.net/artecaminho/ufmg>. A exposição “Arte (A) Caminho” esteve aberta   visitação por 25 dias, tendo sido encerrada em 28 de setembro de 2021.

2.1.6 Botânica: viver e sentir (UFPel)

Inaugurada em 27 de setembro de 2021, a exposição “Botânica: viver e sentir” (Figura 17) foi a primeira exposição *online* do curso de Museologia da UFPel, desenvolvida por uma equipe de seis discentes sob orientação de três docentes do Curso⁴⁸. A exposição foi realizada integralmente no *Instagram*⁴⁹, sob o user @botanicaviveresentir (Figura 18).

⁴⁸ Integraram a equipe da exposição “Botânica: viver e sentir” os discentes Aline Mota, Chayane Fernandes, Eduarda Agrello, Jhone Lug o, Jessica Oliveira e Maria Valeska Peil sob coordenação geral dos docentes Sarah Maggitti Silva, Daniel Maurício Vianna de Souza e Diego Lemos Ribeiro.

⁴⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/botanicaviveresentir/>. Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

Figura 17: Logotipo da exposição “Botânica: viver e sentir”

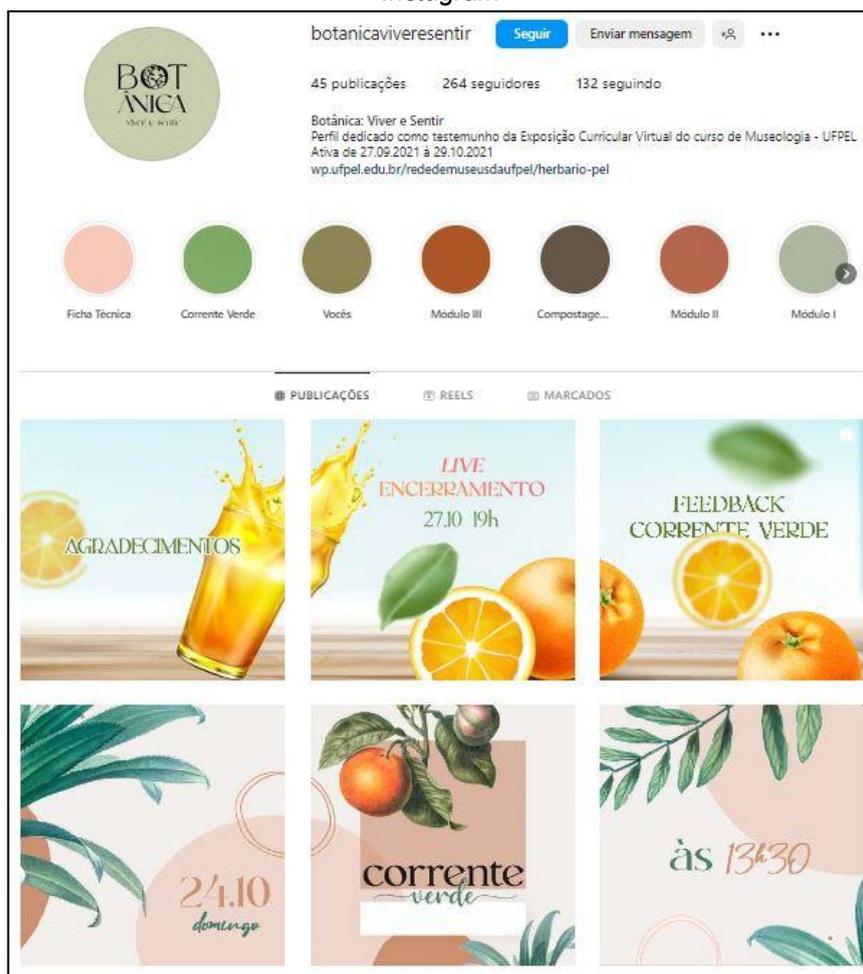


Fonte: *Instagram* “Botânica: viver e sentir”.

A temática da exposição abordou a botânica e suas aplicações científicas e empíricas, promovendo o diálogo entre academia e sociedade. A narrativa visava refletir sobre a botânica no cotidiano e sua relação com o ser humano, o conhecimento popular acerca das plantas e o ofício do profissional biólogo.

As ações realizadas se encontram registradas nos *stories* do *Instagram* da exposição, por onde também foi feita interação com o público por meio da republicação de *stories* onde visitantes mencionam e marcam a exposição. Entre os *reels* é possível encontrar lives de entrevistas, rodas de conversa e uma oficina de compostagem. Todas as postagens disponibilizam descrição textual de imagem.

Figura 18: Captura de tela da grade de publicações do perfil da Exposição “Botânica: viver e sentir” no *Instagram*



Fonte: perfil de *Instagram* “Botânica: viver e sentir”, 2021.

A exposição foi encerrada em 29 de outubro de 2021 com a ação “Corrente verde” (Figura 19), realizada presencialmente no dia 24 de outubro de 2021, onde os estudantes doaram mudas de plantas no Parque Municipal Museu da Baronesa, na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul.

Figura 19: Registro da ação “Corrente verde” no *Instagram* “Botânica: viver e sentir”



Fonte: perfil de *Instagram* “Botânica: viver e sentir”, 2021.

2.1.7 EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura (UFRGS)

Inaugurada em 11 de outubro de 2021, a exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” (Figura 20) foi realizada por uma equipe de dez alunos sob orientação de uma docente e o técnico Museólogo do curso⁵⁰, sendo a segunda exposição curricular do Curso de Museologia da UFRGS em formato *online*.

⁵⁰ A equipe curatorial da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” foi composta pelos discentes Catarina Petter (*in memoriam*), Cristine Hobus, Fernanda Lima, Gabriela Leindecker, Gabriela Mattia, Isadora Guarnier, Luis Fernando Massoni, Sofia Perseu, Suzana Pohia e Victória Lima Hornos, orientados por Vanessa Barrozo Teixeira Aquino, com assistência técnica de Elias Palminor Machado e monitoria de Ana Cristina da Natividade (*in memoriam*).

Figura 20: Logotipo da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”



Fonte: PETTER et al., 2021.

Realizada por meio de um *site* próprio, no endereço <emaranhadoexpo.com.br>, estando presente também em diversas plataformas digitais, a exposição tinha como proposta curatorial

[...] propor espaços de diálogo e reflexões acerca de conceitos como cibercultura e sociedade da informação, questionar sobre influências e impactos que o ciberespaço exerce no mundo contemporâneo. Inicialmente projetada para o formato presencial, a EMARANHADO foi adaptada para o online, modificando sua estrutura, seus núcleos e seus objetos, se tornando a primeira exposição curricular do curso de Museologia/UFRGS a utilizar majoritariamente acervo nato digital (HORNOS, LEINDECKER, MATTIA, 2022, p. 88).

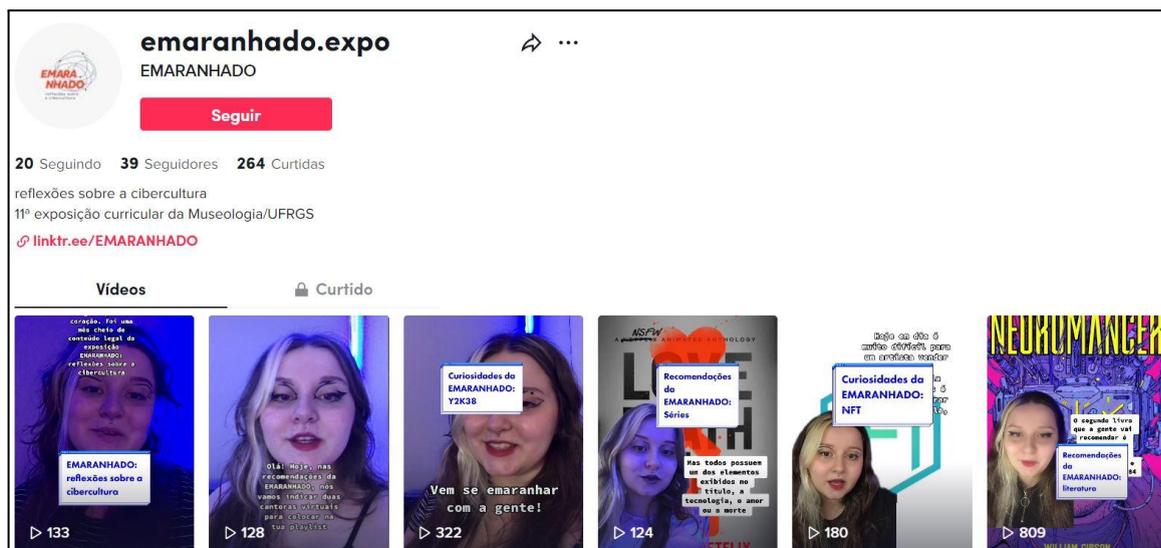
A partir da página *Linktree*⁵¹ foi possível acessar o perfil da exposição nas redes sociais *Instagram*, *TikTok* e *Twitter*. O *Instagram*⁵² da exposição reproduziu o conteúdo do site, trazendo também dicas culturais e perguntas geradoras. A ferramenta *stories* foi utilizada na divulgação da programação e da rifa para captação de recursos financeiros. Também por meio do *Instagram* foram realizadas duas *lives* chamadas “Cybercafé da EMARANHADO”, sendo uma em parceria com a exposição curricular “Botânica: viver e sentir” da UFPel.

⁵¹ Disponível em: <https://linktr.ee/EMARANHADO> Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

⁵² Disponível em: <https://www.instagram.com/emaranhado.expo/> Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

Uma série de seis *lives* no formato de roda de conversa foram promovidas pela exposição no canal do Curso de Museologia da UFRGS no *YouTube*⁵³ e uma série de vídeos com dicas de leitura, música e filmes foi disponibilizada através da plataforma *TikTok*⁵⁴ (Figura 21) e reproduzidos no *Instagram* por meio da ferramenta *reels*.

Figura 21: Perfil da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” no *TikTok*



Fonte: perfil de *TikTok* da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”, 2021.

Cinco episódios de *podcast* foram realizados por meio do perfil de *Spotify* do Programa de Extensão Farol - Conexões da Informação⁵⁵, trazendo convidados para a discussão de temas pertinentes ao tema central da exposição. Foi divulgada também uma *newsletter* intitulada *Cartas de Emm* pela qual foram enviadas seis cartas aos visitantes inscritos.

O canal no *YouTube* próprio da exposição hospeda uma *playlist* musical⁵⁶, assim como no perfil de *Spotify* da exposição⁵⁷, que contém também uma *playlist* que compila os episódios especiais do Farol *Podcast*.

⁵³ Disponível em:

https://www.youtube.com/playlist?list=PLdHFKNN82i9WXbRDp0_7k9CU1AX400pQw Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@emaranhado.expo> Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

⁵⁵ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3ZMv2Ez5f7hOHJuHliDNiM> Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

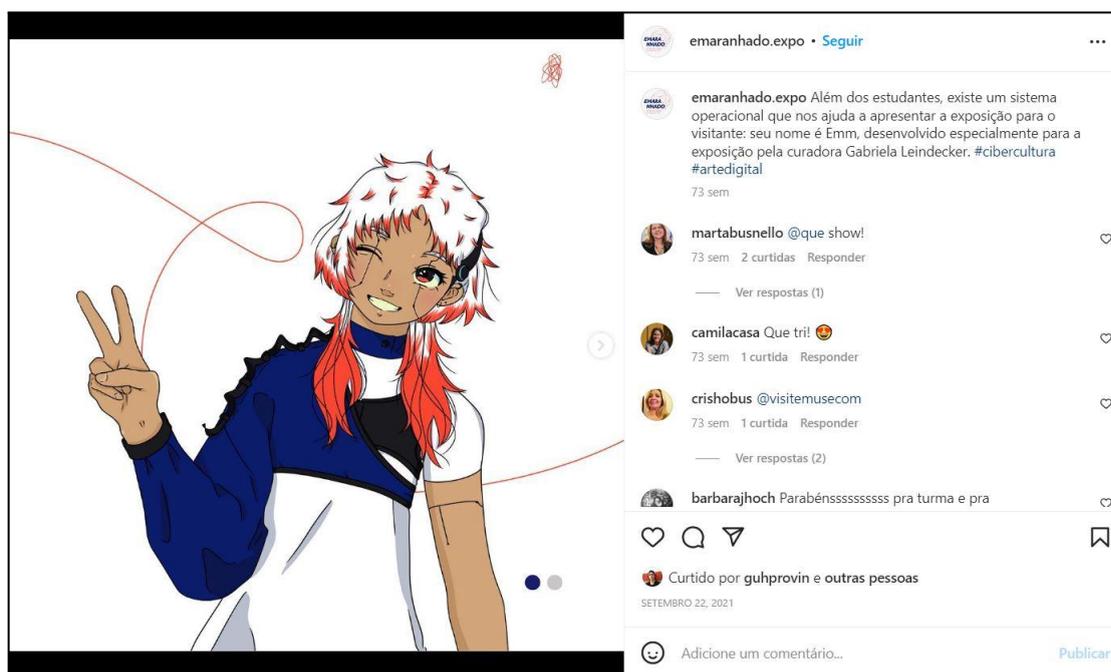
⁵⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9ul6fMdZamJ66VcNnrRXkUJ_enVZrXLK Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

⁵⁷ Disponível em: <https://open.spotify.com/playlist/2Ynz8YQ88pplx6YnvHv?si=cf9d820aeb0d46cf> Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

No *Twitter*⁵⁸ foi realizada a divulgação da programação de lives e interação com outras contas da plataforma.

A exposição disponibilizou tradução em LIBRAS para alguns de seus conteúdos e descrição textual de imagem no site. Uma mediadora digital chamada EMM (Figura 22), desenvolvida especificamente para a exposição, aparecia no decorrer do site e nas demais plataformas.

Figura 22: Postagem no *Instagram* da exposição EMARANHADO apresentando EMM



Fonte: perfil da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” no *Instagram*, 2021.

“EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” foi encerrada em 12 de novembro de 2021, registrada como a última ciberexposição curricular durante o ensino remoto na pandemia da Covid-19.

A Exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” é o objeto de análise deste trabalho, portanto, a exposição será analisada a partir de suas estratégias comunicacionais, abrangendo de maneira mais detalhada a presença da exposição nas plataformas já citadas. A fim de compreendermos o papel da comunicação e da avaliação em exposições museológicas, o próximo subcapítulo apresenta estes conceitos aplicados às ciberexposições como base para a análise a ser desenvolvida.

⁵⁸ Disponível em: https://twitter.com/emaranhado_expo Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

2.2 Comunicação museológica e possibilidades de avaliação em ciberexposições

Para a compreensão da comunicação museológica, é importante que se tenha o conhecimento de que ela perpassa todas as ações e escolhas realizadas pela instituição ou exposição que possam impactar o público de alguma maneira. Marília Xavier Cury (2005) indica que a comunicação museológica se trata das variadas formas de extroversão do conhecimento em museus com ênfase na exposição em si como uma das principais ferramentas de comunicação museológica, “[...] ou, ainda, a mais específica, pois é na exposição que o público tem a oportunidade de acesso à poesia das coisas” (CURY, 2005, p. 34). Assim, a comunicação museológica abrange a própria exposição, sua narrativa, discursos e sentidos, e tudo o que é produzido a partir dela.

A exposição se constitui também dos visitantes, o público externo que cria um ambiente propício para a avaliação das ações e interações por meio de pesquisas de público (DESVALLÉES, MAIRESSE, 2013), assim, a avaliação “corresponde ao estudo realizado com o público visitante” (CURY, 2005, p. 101) e precisa permear diferentes aspectos da exposição como a pesquisa, a montagem, a organização de ações e programas educativo-culturais, o espaço físico e todas as demais estratégias comunicacionais realizadas junto aos públicos.

É através dos estudos de avaliação que é possível identificar quem são os visitantes, o que eles procuram naquele espaço e quais as experiências vivenciadas na exposição, criando “um sistema de informações sobre aspectos da realidade que — quando munidos de significado — possam intervir positivamente sobre essa realidade” (CURY, 2005, p. 125), melhorando as técnicas de extroversão de acervo e de comunicação museológica, reavaliando e adaptando discursos e linguagens expográficas às necessidades do público e criando também parâmetros metodológicos aplicáveis em outras ações e futuras exposições. O processo comunicativo é um processo de retroalimentação, que passa da equipe ao visitante por meio da exposição (BLANCO, 2009), sendo assim, a avaliação precisa ser aplicada também em todos esses níveis, interna e externamente.

Se a comunicação museológica se estende pela própria exposição em todos os seus processos de concepção desde a pesquisa, as intenções e a narrativa expográfica, ela permeia a forma e o conteúdo da exposição, no que a

Exposição é, didaticamente falando, conteúdo e forma, sendo que o conteúdo é dado pela informação científica e pela concepção de comunicação como interação. A forma da exposição diz respeito à maneira como vamos organizá-la, considerando a organização do tema (enfoque temático e seu desenvolvimento), a seleção e articulação dos objetos, a elaboração do seu desenho (a elaboração espacial e visual) associados a outras estratégias que juntas revestem a exposição de qualidades sensoriais (CURY, 2005, p. 42).

Para um museu ou uma exposição museológica, como é o caso das exposições curriculares, a transição do *offline* para *online* ao adentrar um espaço digital se trata, então, de uma mudança na *forma* de uma exposição, que pode vir a afetar como o público recebe e experimenta seu conteúdo.

A presença dos museus no ciberespaço nasce da necessidade de diversificação de públicos e da urgência na salvaguarda e acessibilização de acervos por meio da digitalização (ou no caso da pandemia da Covid-19, quando as instituições museológicas foram temporariamente fechadas, manter alguma forma de diálogo com seus públicos), culminando principalmente no investimento em *sites* e perfis em redes sociais, que acabam por se tornar uma parte expressiva do sistema comunicacional das instituições:

Como resultado, têm-se as várias exposições virtuais ou ciberexposições (domínio no qual o museu pode apresentar uma *expertise* real), os catálogos digitalizados, os fóruns de discussão mais ou menos sofisticados, e as diversas incursões dessas instituições nas redes sociais (YouTube, Twitter, Facebook, etc.) (DESVALLÉES, MAIRESSE, 2013, p. 28).

As formas e ações avaliativas nos museus tradicionais são realizadas por meio das pesquisas de recepção e quaisquer outros recursos que possam ser utilizados para atingir e dialogar com o público visitante. A comunicação museológica precisa considerar quem é e quais são as demandas do público, seja nos museus tradicionais ou nos cibermuseus, para que dispositivos de avaliação sejam desenvolvidos.

No âmbito das ciberexposições dispomos de algumas possibilidades de estudos de avaliação, como, por exemplo, a contagem de visitantes (ou usuários) como configuração básica de *sites* e redes sociais, apresentando diferentes métricas a partir dos dados de acesso, alcance, cliques e tempo de uso entre outras interações, podendo conceder acesso até a dados demográficos, dependendo do

nível de sofisticação e investimento financeiro na plataforma. Estes dados podem ser considerados métricas de audiência e de engajamento, no que

As métricas de audiência são as que avaliam o alcance de público e o conteúdo divulgado, como por exemplo: número de seguidores, frequência de visitas, frequência de publicações e postagens, visualizações de página, etc., ou seja, essa métrica está diretamente ligada à visibilidade. Também sendo possível avaliar as métricas de engajamento, como o grau de interação, os comentários, compartilhamentos, *likes*, menções, recomendações, compartilhamentos, tempo de visitação, etc (SOUSA, 2022, p. 23-24).

Entretanto, podemos considerar estas interações parcialmente estáticas, enquanto contabilizam a resposta do público de maneira quantitativa mas não nos apresentam um retorno qualitativo. Ulpiano Bezerra de Meneses (2007, p. 62) considera a interação por meios eletrônicos de uma “passividade gestualmente ativa”, indicando que a interação não acontece sem a ocorrência do imprevisto. Assim, é necessário que se faça o registro de interações de caráter mais ativo do que curtidas e números de visualizações, como formulários, questionários, atividades educativas e participativas, caixas de mensagem, no geral a coleta de qualquer forma de *feedback* por parte dos visitantes-usuários que seja possível de se obter. Essas ações precisam ser desenvolvidas pela equipe, testadas e avaliadas.

Nessa perspectiva, Marília Cury (2005) propõe seis modalidades de avaliação que buscam interligar a avaliação e o sistema de comunicação museológica. As propostas são: (1) Avaliação Preliminar ou Conceitual, que sonda interesses e expectativas do público; (2) Avaliação Formativa, que afeta diretamente a *forma* da exposição, agindo nas escolhas sobre o espaço e no desenvolvimento da expografia; (3) Avaliação Corretiva, que busca identificar e modificar aspectos falhos diretamente na *forma*, conteúdo e linguagem da exposição; (4) Avaliação Somativa, que avalia a efetividade comunicativa através do modo como o público interage com a exposição; (5) Avaliação Técnica ou Apreciação Crítica, que se constitui de uma avaliação direta do desenho e da *forma* da exposição, e (6) Avaliação do processo, que avalia a experiência como um todo visando a melhoria das técnicas e metodologias aplicadas na execução da exposição.

Para Cury (2005, p. 121), a falta de processos avaliativos nas instituições brasileiras “está ligada à falta de conhecimento sobre um quadro teórico referencial e sobre metodologias apropriadas para o desenvolvimento de processos avaliatórios

fundamentados”, enquanto existe o interesse em desenvolver estas ferramentas coexistindo com a carência de recursos para que elas sejam efetivamente desenvolvidas. Se para os museus tradicionais o processo de avaliação é um território ainda em crescimento, para as ciberexposições, que têm acesso a dados numéricos, a avaliação qualitativa de visitação é um novo universo, visto que o profissional museólogo ainda experimenta com a própria *forma* das ciberexposições.

De acordo com as ideias aqui expostas e desenvolvidas, consideramos neste trabalho todas as ações realizadas pelas ciberexposições curriculares como estratégias comunicacionais, sendo elas passíveis de avaliação, porém dando ênfase às ações de comunicação no meio *online*. No capítulo seguinte, avaliaremos a experiência da 12ª exposição curricular do curso de Museologia da UFRGS, “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” (2021), por meio de uma Avaliação Somativa no formato proposto por Marília Xavier Cury. Especificamente, a Avaliação Somativa:

Analisa a integração entre a exposição e o público a partir do modelo museológico de comunicação proposto. É também conhecida como pesquisa de recepção. A avaliação somativa colabora para: a formulação de teorias sobre como o público aprende e interage mediante determinada proposta e para o planejamento de outras exposições e alterações na exposição avaliada (CURY, 2005, p. 133).

A avaliação somativa das estratégias comunicacionais da exposição “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura” será feita a partir dos dados coletados pela equipe curatorial e descritos no Relatório Final da exposição, seu registro documental mais detalhado, e por meio das plataformas *online* da exposição.

3 A EXPOSIÇÃO “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”

Como apresentado no capítulo anterior, a “EMARANHADO: reflexões da cibercultura” foi uma exposição curricular de caráter temporário, aberta a visitação por 30 dias e realizada entre 11 de outubro e 11 de novembro de 2021. Em razão da pandemia da Covid-19, foi realizada em formato digital sob o endereço <emaranhadoexpo.com>. O projeto da exposição foi desenvolvido na primeira metade do ano de 2021, na disciplina Projeto de Curadoria Expográfica, oferecida no sexto semestre da graduação, executada, então, na disciplina Prática de Exposições Museológicas, oferecida no sétimo semestre.

A equipe curatorial foi composta por uma turma de 10 alunos da Museologia/UFRGS sob orientação de uma professora graduada em Museologia e do Museólogo do curso, e o auxílio de, ao todo, cinco bolsistas ao longo do projeto e execução da exposição.

Assim, após a pesquisa de referencial teórico e definição do acervo, a exposição EMARANHADO foi realizada em um *website* e suas atividades educativo-culturais foram realizadas e divulgadas via *Instagram*, *TikTok*, *lives* no *YouTube* entre outras plataformas escolhidas para transmitir o tema ao público-alvo e potenciais visitantes:

O tema da exposição EMARANHADO foi a cibercultura e sua influência em nossas vidas e havíamos previsto como público-alvo a comunidade da UFRGS, estudantes de ensino Fundamental e Médio, bem como quaisquer outros indivíduos que desejassem conhecer e refletir sobre o tema, incluindo pessoas que são nativas digitais e aquelas que estão se familiarizando com a temática (PETTER *et al.*, 2021, p. 18).

A exposição, em um primeiro momento, foi projetada fisicamente, visando a montagem no Museu da UFRGS, instituição parceira do curso de Museologia/UFRGS, disponibilizando seu mezanino desde 2013 como laboratório especializado para realização das exposições curriculares do curso. Cabe salientar que a produção do projeto para uma exposição física foi essencial para que a turma tivesse a experiência de concepção de uma exposição, todavia as expectativas de efetuar a montagem da exposição física estiveram sempre controladas em razão do isolamento social, fazendo com que a equipe sempre vislumbrasse dentro do projeto físico possibilidades de adaptação para o digital.

Quando definido o formato digital, a partir da definição do Calendário Acadêmico da UFRGS para 2021/1⁵⁹, as opções de espaço apresentadas para a turma foram a realização de uma cibrexposição integralmente pelo *Instagram*, que acarretaria em custo zero para o desenvolvimento da plataforma, ou a construção de um *website* projetado exclusivamente para a EMARANHADO. A turma definiu de forma coletiva e democrática as duas opções e, deste modo, passam a agir os desenvolvedores do site: a UX *Designer* Raissa dos Santos, o UI *Designer* Mateus Lima e o desenvolvedor *front-end* Lucas Monteiro, que trabalharam com a equipe curatorial por meio de reuniões no *Google Meet* e mensagens via *WhatsApp* com o Grupo de Trabalho (GT) *Webdesign* da exposição. Para a Museologia/UFRGS, habituada ao trabalho interdisciplinar na realização de suas exposições curriculares, o trabalho com desenvolvedores e *designers* de site foi algo novo.

Destacamos aqui a importância do trabalho destes profissionais e seu esforço para corresponder às demandas da equipe quanto a transição dos núcleos e das instalações da EMARANHADO do *offline* para o *online*, apesar dos ritmos e métodos de trabalho diferentes. Nessa perspectiva, foi proposto pela equipe de desenvolvedores o adiamento da exposição dentro do cronograma de lançamento, já que algumas das funcionalidades do site não estavam completamente desenvolvidas, assim, a exposição foi inaugurada na data prevista e as funcionalidades foram finalizadas e corrigidas após o lançamento.

Além do GT *Webdesign*, existiram, no total, oito Grupos de Trabalho (GT), sendo eles: GT Acervo, GT Avaliação, GT Comunicação, GT Educativo-Cultural, GT Financeiro, GT Pesquisa, GT Produção Textual e Audiovisual, GT *Webdesign* e GT Catálogo. Os GTs foram integrados por todos os estudantes-curadores da exposição, com posições fixas em pelo menos dois GTs diferentes. A divisão em GTs visa facilitar a delegação de tarefas e o cumprimento do cronograma, todavia, as ações são discutidas e avaliadas por todos os estudantes-curadores em todos os GTs.

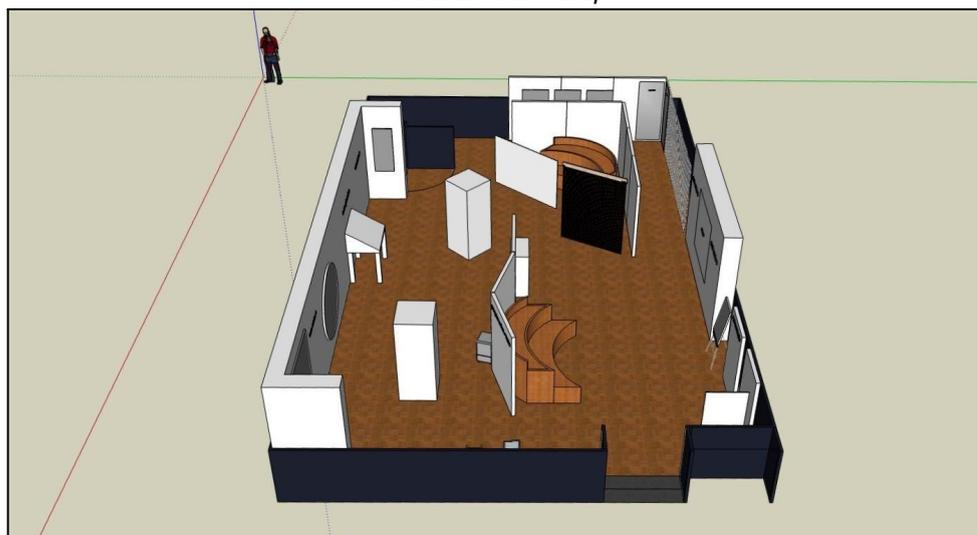
Especificamente, o GT *Webdesign* foi uma continuação do GT Maquete Digital, que atuou durante o projeto e produziu a maquete digital 3D da exposição

⁵⁹ Disponível em:

<https://www.ufrgs.br/prograd/wp-content/uploads/2021/05/calenda%CC%81rio-escolar-para-o-ano-acade%CC%82mico-de-2021.pdf> Acesso em 20 de março de 2023.

por meio do *software Sketchup*⁶⁰. O *software* já vinha sendo utilizado na realização de maquetes das exposições curriculares do curso no período pré-pandemia. A maquete projetando a realização da EMARANHADO no Mezanino da UFRGS (Figura 23) foi um dos materiais utilizados como guia para o desenvolvimento do *site* quanto à construção da narrativa e a divisão de núcleos expositivos.

Figura 23: Maquete digital produzida pelo GT *Webdesign* da exposição EMARANHADO por meio do *software Sketchup*



Fonte: PETTER *et al.*, 2021..

Quanto à identidade visual, a logo foi desenvolvida pelo GT Comunicação com assessoria do estudante Hugo Machado Nogueira, por meio da parceria com o Clube de Criação (CAIXOLA) da FABICO (Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação). Variações e exemplos de aplicação da logo foram desenvolvidos pela estudante-curadora Fernanda Lima, que também agiu na criação dos elementos básicos para templates de *cards*, *banners* e quaisquer outros materiais gráficos. Todos os materiais gráficos utilizados na divulgação e nas redes sociais da exposição EMARANHADO foram produzidos na ferramenta gratuita de criação de *designs* Canva. Além de utilizado para divulgação no ciberespaço, o material também foi utilizado para comunicar a EMARANHADO no mundo físico por meio de cartazes (Figura 24) e marca páginas, que foram distribuídos em instituições culturais da cidade de Porto Alegre, além dos convites da exposição, enviados pelo correio a todos os artistas, colaboradores e convidados.

⁶⁰ Conheça em: <https://www.sketchup.com/pt-BR> Acesso em 17 de março de 2023.

Figura 24: Cartaz de divulgação da exposição EMARANHADO na entrada do Museu Julio de Castilhos



Fonte: da autora, 2021.

A exposição EMARANHADO foi lançada com quatro núcleos não nomeados, em percurso linear. Devido ao formato da exposição, a proposta do GT Acervo de constituir uma exposição que exhibe obras majoritariamente de caráter nato-digital foi acolhida por toda a equipe. O *site* apresentava rolamento “infinito”, com a exposição disponibilizada integralmente em uma única página. A tela inicial da exposição (Figura 25) apresentava a logo da exposição, os ícones para o redirecionamento às outras plataformas da exposição à esquerda da tela e, no centro, o acesso para as páginas “/educativo” e “/programação”.

Figura 25: Tela inicial da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER et al., 2021.

A aba “/programação” dava acesso a uma página com toda a programação educativo-cultural da exposição, incluindo *cards* de divulgação das *lives* realizadas no *YouTube* e os episódios de *podcast*.

A aba “/educativo” dava acesso ao material educativo da exposição, desenvolvidos pelo GT Educativo. O material produzido consistia em dois livretos, ambos hospedados no *Google Drive* e disponibilizados para *download*. “Cibercultura: que bicho é esse?”⁶¹ apresentava a cibercultura por meio de atividades lúdicas para o público escolar, e “A cibercultura não tem idade”⁶² tratava do ageísmo na *internet* e dicas de segurança virtual para idosos. Devido à falta de dispositivos de avaliação mais refinados, não há um meio de sabermos se a exposição atingiu os públicos aos quais foi pretendida, especialmente o público infantil e idoso, para os quais foram desenvolvidos os livretos educativos da exposição. Destaco o público da terceira idade que, como demográfico em alta vulnerabilidade durante a pandemia, dificilmente seria alcançado por outro formato senão o remoto, reforçando a necessidade da procura destes públicos no ciberespaço.

No total, a exposição via *site* recebeu 311 usuários-visitantes, sendo 103 destes visitantes registrados no dia da abertura. O tempo médio de engajamento foi de 3 minutos e 26 segundos. O número de visitantes da exposição via *site* foi menor

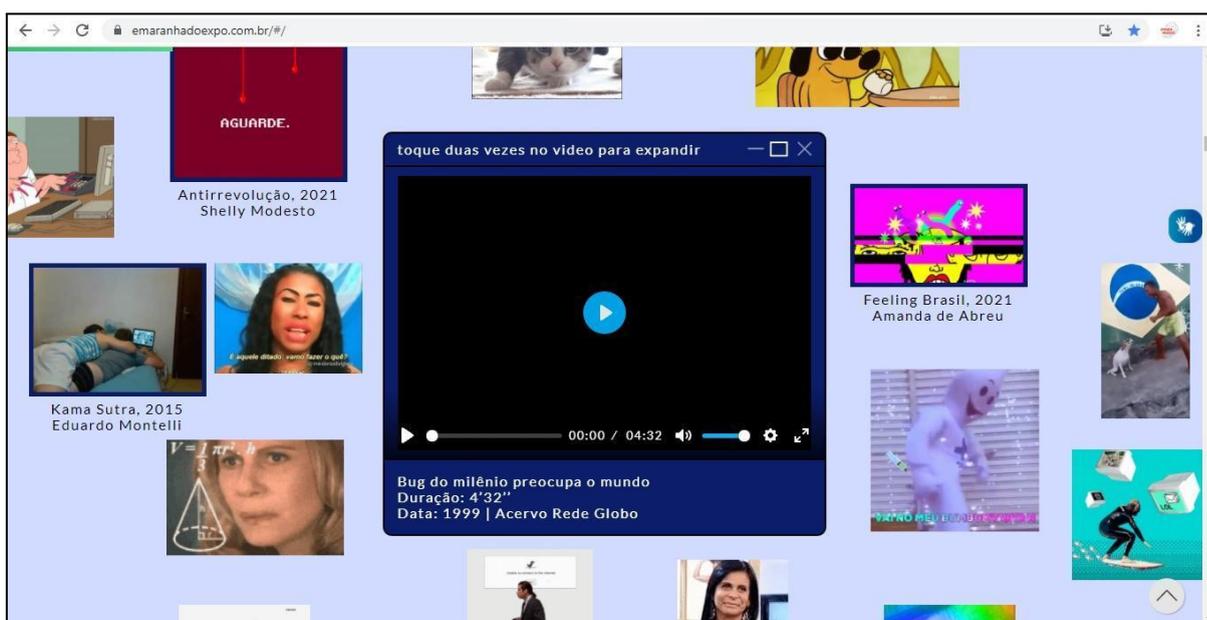
⁶¹ Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1eiMF7LEtZkH1KD9fb_oOCX7qCJr4FJc9/view
Acesso em 17 de março de 2023.

⁶² Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1iN7BTBJPwg2mYB1SieSKr5AOwq3VGmpd/view>
Acesso em 17 de março de 2023.

que o número de seguidores do *Instagram* e de visualizações totais em plataformas como *TikTok* e *YouTube*, e o tempo médio de engajamento não condiz com o tempo de visita pretendido pela equipe, tanto pelo número de recursos de interação quantitativa e qualitativa, quanto pelo número de obras audiovisuais.

A EMARANHADO apresentava todo o conteúdo da exposição em uma única página, com vídeos, imagens e *gifs*, e é possível que este formato tenha sido um tanto quanto cansativo e visualmente carregado, especialmente por ser uma página com muitas mídias que tornaram o site pesado em questão de carregamento, dificultando a navegabilidade do visitante. Como exemplo, a figura abaixo (Figura 26), mostra um dos núcleos da exposição que contém uma página repleta de *gifs* e um vídeo no centro da tela.

Figura 26: Página de *gifs* na exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER et al., 2021.

Dependendo do servidor, rapidez e qualidade da rede de *internet* por onde o visitante acessava a exposição, em caráter móvel ou banda larga, as imagens e funções interativas do *site* poderiam não carregar por completo. Além disso, a estrutura da exposição apresenta questões de navegabilidade na perspectiva da arquitetura do conteúdo, também conhecida como arquitetura da informação, que se refere ao modo que o conteúdo é disposto no *site* a fim de facilitar sua compreensão. Nesta perspectiva, a separação dos núcleos da exposição em páginas diferentes teria facilitado a experiência do visitante tanto na questão do

carregamento da página quanto em proporcionar uma pausa entre os núcleos para a apreensão do conteúdo. Ao mesmo tempo, a criação de diversas abas pode gerar no visitante o desinteresse em revisitar outros núcleos das exposições.

Entretanto, é importante destacar que a coexistência de várias imagens e mídias em uma mesma página faz parte da expografia proposta para a narrativa da exposição, representando o fluxo constante e frenético de informações que a *internet* inflige aos usuários a todo momento. Nessa perspectiva, como podemos desenvolver formas de navegabilidade e arquitetura de conteúdo que comportem expografias variadas? Para isso, é ideal que ciberexposições sejam elaboradas de maneira transdisciplinar, envolvendo profissionais do desenvolvimento de *websites* como consultores no desenvolvimento da expografia e das funcionalidades pretendidas para a exposição, sendo, desta forma, mais apropriadas no que se trata da disposição do conteúdo no percurso da exposição visando a apreensão do público sem comprometer as propostas expográficas.

Não havia também um menu ou índice de navegação por onde o visitante poderia se situar dentro da exposição ou um indicador de troca de núcleo, o que pode ter contribuído para a baixa fruição. Assim, o público não pode visitar, interagir ou avaliar plenamente uma exposição que apresenta dificuldades de navegação.

A dificuldade em desassociar o conceito de museu/exposição/acervo do caráter físico e material é possivelmente um dos motivos para o desinteresse de parte do público em exposições de formato *online*. No Brasil, durante o ano de 2019, período pré-pandêmico, foi constatado “que 76% das(os) usuárias(os) da rede mundial de computadores usaram redes sociais, 74% assistiram a vídeos e 72% ouviram músicas, enquanto apenas 11% acessaram exposições ou museus pela *Internet*” (MIRANDA, 2020, p. 110). Considerando estes dados, podemos afirmar que ainda não existe uma cultura ou hábito de visitação a ciber museus e ciberexposições por parte do público brasileiro. Mais do que isso, precisamos considerar também que os museus que apresentaram maior crescimento em suas plataformas *online* durante a pandemia são instituições internacionais, geograficamente privilegiadas e que possuem recursos para investir em sua presença *online* (MIRANDA, 2020).

É essencial salientar que o modo pelo qual os usuários recebem a informação por meio da *internet* tem transformado rapidamente o modo que o público a utiliza. Muito além de uma questão geracional, o fluxo de informações e

consumo de conteúdo no ciberespaço, em especial pelas redes sociais e aplicativos de mensagem, configura um tráfego constante e veloz de informações ou até “poluição informacional” (RIPOLL; MATOS, 2017, p. 2336):

Se alguma vez a informação já foi escassa, hoje a situação é oposta. Vive-se dentro de uma infosfera, que produz constantemente uma grande quantidade de informações, de forma que o próprio indivíduo parece não dar conta de interpretar e refletir sobre a carga informacional disponibilizada diariamente ao seu aparato cognitivo. [...] Dessa forma, a atual emergência do fenômeno da desinformação sugere que atividades usuais como a própria leitura e interpretação tenham perdido parte de seu poder de criticidade [...] (RIPOLL; MATOS, 2017, p. 2336).

Desta maneira, “foi cunhada a expressão ‘pós-verdade’, como sendo a definidora da atual conjuntura mundial” (ALMADA, 2021, p. 119), caracterizada especialmente em relação a produção de *fake news* no ciberespaço, ou “sociedade da desinformação”, referente ao modo que o usuário absorve e sintetiza a informação obtida via *internet*.

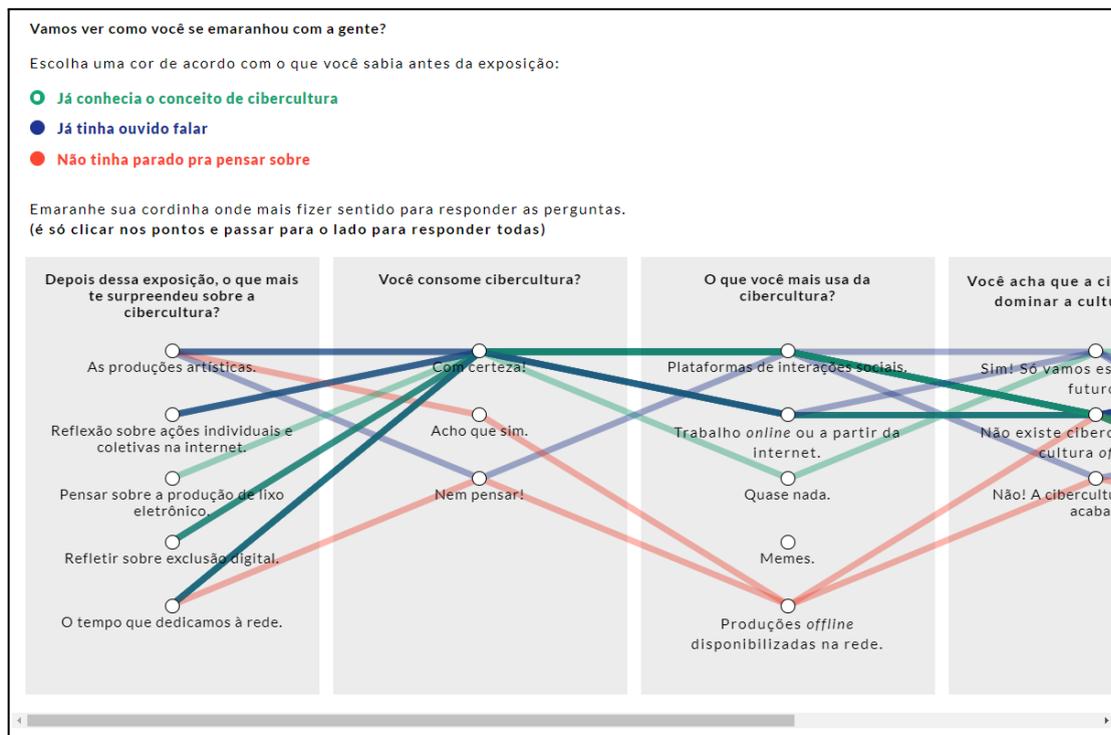
Quanto ao campo dos museus, dadas outras circunstâncias, poderíamos também abordar mais profundamente a questão da fetichização do objeto, “que desloca os significados das coisas de sua produção para as coisas elas próprias” (MENESES, 2007, p. 58). Podemos afirmar que muitos dos visitantes gostariam de ver pessoalmente objetos físicos pois acreditam nos objetos como a própria narrativa e não como um recurso dela, mesmo que isto não seja culpa do público, visto que a fetichização do objeto está atrelada a uma questão cultural que perpassa a história dos museus e à vivência do espaço físico dos museus, o que pode afastar o público de experiências museológicas no ciberespaço.

É imprescindível também apontar o equívoco da equipe ao não firmar parcerias com grupos de pesquisa em cibercultura. A EMARANHADO não foi sequer divulgada em espaços *online* frequentados por este público em potencial que, como visitante, crítico e pesquisador, teria apenas a acrescentar à esta experiência.

No percurso da exposição houveram duas interações/recursos expográficos cujo os dados provenientes podem ser considerados métricas de engajamento ou quantitativas, ambas no núcleo 4 da EMARANHADO, o núcleo de encerramento. A primeira interação consistiu em uma ferramenta de avaliação da exposição e apreensão do tema e conteúdo por meio de um *quiz* com cinco perguntas voltadas ao tema e à experiência do visitante, onde os visitantes puderam “emaranhar” suas

linhas ao selecionar as opções de resposta pré-disponibilizadas, como ilustrado na Figura 27.

Figura 27: Interação de linhas da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER et al., 2021.

Ao todo, 21 visitantes participaram do *quiz* durante o tempo de visitação, o que constitui aproximadamente 7% do público. É possível que o formato da atividade tenha confundido o visitante ou passado despercebido entre a quantidade de conteúdo exibido na página.

O segundo recurso interativo na expografia com dados qualitativos consistiu em um quadro de recados, que agiu como um equivalente ao livro de visitas que exposições *offline* disponibilizam para recolher assinaturas de seus visitantes. Ao todo, 8 visitantes assinaram o livro de visitas da EMARANHADO (Figura 28). As mensagens mostram a idade dos visitantes e sugestões à estrutura do *site*, sendo o dispositivo de avaliação mais qualitativo da exposição no que apresenta a própria opinião dos visitantes junto a alguns dados demográficos. Lamentavelmente, a amostragem de mensagens é pequena em comparação ao número de visitantes.

Figura 28: Recados no livro de visitas digital da exposição EMARANHADO

cidade	idade	comentarios
Porto Alegre	28	Dá pra ver que foi feito com amor.
Esteio	24	Só quero deixar meus parabéns mesmo, porque vocês arrasaram!! Está incrível!!
Porto Alegre	35	
Porto Alegre	GenX	Letras poderiam ser um pouco maiores para facilitar a leitura.
Porto Alegre	36	
Porto Alegre	46	Parabéns, estudantes, Vanessa e Elias!!! Genial!
Porto Alegre	22	
Porto Alegre	33	Muito legal!! Parabéns.

Fonte: PETTER et al., 2021.

Ambas as interações são adaptadas do projeto físico da exposição, que visava a construção de dois painéis para estas instalações específicas, um onde os visitantes poderiam fixar *post-its* com recados, sugestões e críticas, e outro onde os visitantes poderiam “emaranhar” barbantes coloridos para sinalizar suas respostas às perguntas de avaliação.

Quanto à acessibilidade, todos os núcleos da EMARANHADO possuíam descrição textual de imagem produzida pela equipe curatorial sob consultoria de Leandro Pereira, graduado em Museologia pela UFPel. A tradução em Libras foi realizada pelas intérpretes Alini Mariot, Bibiana Vicente dos Santos e Larissa de Oliveira Monticelli. Parte dos vídeos contendo traduções em Libras de conteúdos da exposição, em especial da programação educativo-cultural da EMARANHADO, foram disponibilizados apenas nos últimos dias de visita da exposição, algo que pode ter reverberado nas experiências do público.

O acesso à *internet* também é uma questão que pode afetar a experiência do visitante, considerando que “os brasileiros são os usuários que mais tempo passam na internet, e, paradoxalmente, o realizam predominantemente com

velocidade baixa” (RAMIRES, 2019, p. 27), somado ao fato de que a classe popular acessa a internet principalmente por meio de *smartphones*, considerando que “com os altos valores para obtenção de computadores e sua manutenção, o telefone celular e a tecnologia 3G tornaram-se uma grande aliada para o acesso à internet de muitos sujeitos, principalmente entre os jovens” (TONDO, 2015, p. 3). Ponderando sobre estas noções, é necessário também que sejam desenvolvidas interfaces navegáveis e funcionais em formato *mobile*, visando possibilitar o acesso a todas as camadas do público e da sociedade.

Na exposição EMARANHADO, a avaliação das ações desenvolvidas perpassaram todos os níveis de desenvolvimento da exposição, desde o projeto até o encerramento por meio do GT Avaliação, voltado especialmente para esta finalidade. O GT desenvolveu a pesquisa “Caminhada Expográfica”, que avaliava periodicamente a relação da equipe curatorial com o tema da exposição e o desenvolvimento da narrativa. As avaliações aconteciam por meio da análise das respostas depositadas nos formulários do GT no *Google Drive*, que eram discutidas em aula. Além da “Caminhada Expográfica”, o GT ficou responsável pelo levantamento de métricas de visitação para análise coletiva ao final do exercício.

Mais de um ano após a realização da exposição, é possível refletir sobre a EMARANHADO por outra ótica, especialmente como integrante da equipe curatorial. A exposição EMARANHADO teve sua *forma* extremamente condicionada ao formato pretendido em seu projeto físico, onde se buscou replicar ao máximo os núcleos físicos em interações digitais, e é possível que esse apego tenha sido um empecilho em visualizar uma exposição *online* efetivamente navegável. A busca pela reprodução de um espaço físico imaginário guiou demasiadamente a curadoria e o percurso da exposição, que poderia ter sido pensado para sua própria realidade, sendo assim mais efetivo e envolvente em transmitir seu conteúdo. É preciso que compreendamos a ferramenta que é o ciberespaço e desapegar de certos aspectos do formato físico para que sejamos justos não somente com o conteúdo que queremos transmitir, mas também com o público.

A exposição EMARANHADO, mesmo após a exposição “No Escurinho do Cinema: memória em Porto Alegre”, realizada no semestre anterior, foi um exercício relativamente novo não apenas para os estudantes, mas também para a docente orientadora e o técnico do curso. “No Escurinho do Cinema” foi uma experiência completamente diferente da experiência com a EMARANHADO e o formato destas

exposições foi totalmente novo para o Curso de Museologia da UFRGS, com todos os seus erros e acertos.

Ao mesmo tempo, é inegável que a experiência deu, em algum nível, certo aporte e conhecimento em comunicação museológica no ciberespaço para cada estudante-curador, um exercício relativamente escasso em algumas graduações em Museologia e que merece mais espaço na formação acadêmica dos futuros Museólogos.

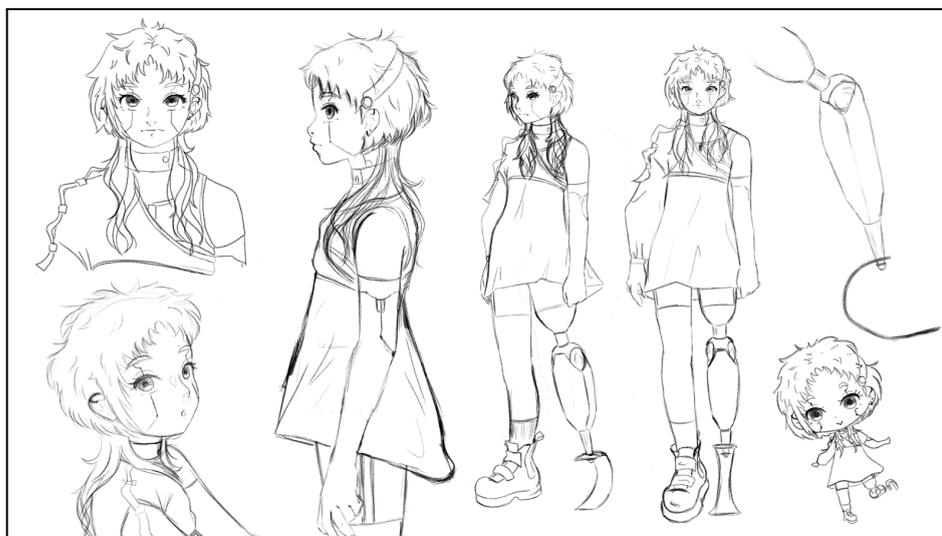
3.1 As estratégias comunicacionais da exposição EMARANHADO

O presente subcapítulo analisa a presença da EMARANHADO em diferentes plataformas digitais, tecendo, quando possível, uma comparação das métricas coletadas pela equipe curatorial durante a produção do Relatório da exposição, de 11 a 23 de novembro de 2023, com métricas atualizadas, coletadas no mês de março de 2023.

Esta análise visa evidenciar pontos onde a comunicação poderia ter sido mais efetiva e salientar possibilidades dentro das plataformas utilizadas pela exposição curricular.

3.1.1 EMM

É impossível apresentar as plataformas da EMARANHADO sem que se introduza EMM (Figuras 29, 30 e 31), personagem fortemente atrelada à imagem da exposição. Arte digital desenvolvida pela estudante/curadora Gabriela Leindecker como um “sistema operacional mediador” (PETTER *et al.*, 2021, p. 75), EMM integra a identidade visual da exposição, estando presente no material gráfico desenvolvido para o *site* e redes sociais. Seu nome é derivado do nome da exposição.

Figura 29: *Design* de personagem - esboço EMM

Fonte: Gabriela Leindecker, 2021.

Figuras 30 e 31: EMM



Fonte: Gabriela Leindecker, 2021.

“Personagem inspirada em assistentes digitais, moda *cyberpunk* e personagens robôs/biônicos, possui olhos grandes, curiosos e gentis, usa roupas futuristas nas cores da exposição” (PETTER *et al.*, 2021, p. 75 -76), EMM foi criada para narrar e conduzir o visitante no percurso da exposição EMARANHADO.

No *site*, a personagem é exposta ao visitante no primeiro núcleo da exposição, onde a curadora Sofia Perseu empresta sua voz à EMM na leitura de um poema de sua autoria. A imagem de EMM aparece em todos os núcleos expositivos da EMARANHADO (Figura 32).

Figura 32: Poema recitado por EMM



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

No *Instagram*, EMM foi introduzida ao público na segunda publicação realizada, que integra o cronograma de postagens pré-exposição, onde a personagem foi apresentada como parte da equipe EMARANHADO e “assinou” suas respostas aos visitantes que comentaram na postagem de apresentação visando estabelecer interações dialógicas entre a personagem e o público (Figuras 33 e 34). A introdução de EMM foi a postagem mais comentada de todo o *Instagram* da EMARANHADO, contabilizando 76 curtidas e 24 comentários.

Figuras 33 e 34: Interação com visitantes via *Instagram*

Fonte: perfil de *Instagram* da exposição EMARANHADO, 2023.

A imagem de EMM foi utilizada como foto de perfil no *Twitter* da EMARANHADO, aparecendo também na foto de capa. Emm, inclusive, assinava a *newsletter* da exposição, chamada “Cartas de EMM” (Figura 35), que enviava dicas culturais e informava ao visitante inscrito por meio a plataforma *Mailchimp* da programação educativa-cultural da exposição EMARANHADO, sendo enviadas 7 cartas no total, toda escritas do ponto de vista da personagem.

Figura 35: Cabeçalho da *newsletter* Cartas de EMM #6

Fonte: PETTER et al., 2021.

No mundo físico, a personagem apareceu nos marcadores de página utilizados na divulgação da exposição (Figura 36), distribuídos em diferentes instituições culturais da cidade e enviados junto ao convite impresso da exposição para os artistas, a banca avaliadora do projeto da exposição e os convidados das rodas de conversa.

Figura 36: Marca-páginas da exposição EMARANHADO, frente e verso



Fonte: da autora, 2021.

Cabe salientar que EMM, como uma imagem estática e passiva, não consegue interagir com o visitante e de fato mediar a visita como projetado em sua proposta original, mas agrega carisma e ludicidade à identidade visual da exposição e surge em um momento onde “assistentes virtuais” e mascotes são populares nas redes sociais como instrumentos de interação e representação conhecidos do público. Ao mesmo tempo, EMM é a experimentação de um dispositivo de comunicação incomum para o campo dos museus e reflete valores inclusivos ao utilizar uma prótese biônica e um aparato eletrônico que se assemelha a um aparelho auditivo, faz referência às dicas culturais da exposição com o estilo *cyberpunk* e se integra com as obras expostas pela EMARANHADO que são artes digitais em sua maioria, além de fazer alusão direta à identidade da exposição com o uso das cores representativas no visual da personagem. EMM é, também, fruto do acaso favorável em uma artista integrar a equipe curatorial e dispor de recursos para que a personagem fosse desenhada digitalmente.

3.1.2 Twitter

No *Twitter*, sob o nome de usuário @emaranhado_expo (Figura 37), a exposição EMARANHADO buscava “promover questionamentos de ordem política e social a respeito da cibercultura, visando um olhar crítico sobre a temática” (PETTER *et al.*, 2021, p. 204).

Dos 33 *tweets* registrados, 13 são divulgações de ações realizadas pela exposição, 9 são comentários em publicações de outras contas, 9 são *retweets* e 2 são respostas a usuários que interagiram com a exposição na plataforma.

Figura 37: Perfil de *Twitter* da EMARANHADO



Fonte: perfil de *Twitter* da exposição EMARANHADO, 2023.

Ao final do período de visitação da exposição, foram contabilizados 25 seguidores e 80 contas seguidas pelo perfil da EMARANHADO. Apesar da intenção expressa no Relatório da exposição da utilização do *Twitter* da EMARANHADO como um espaço de abordagem crítica sobre a cibercultura, o perfil da exposição foi utilizado para divulgar *lives* realizadas e para a interação unilateral com outras contas e *tweets*. É significativo pontuar que a EMARANHADO possuía um plano de comunicação para o *Twitter* (Figura 38) que não foi integralmente seguido em razão

da concentração em outras redes e do não cumprimento de demandas de produção de conteúdo por parte da equipe curatorial responsável por essa plataforma.

Figura 38: *Jamboard* do plano de comunicação para *Twitter* da EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

Apesar dos números registrados, “603 visitas ao perfil; em setembro, 306; em outubro, 3.024; em novembro, 489, totalizando 4.422 visitas ao perfil” (PETTER *et al.*, 2021, p. 207), o número médio de interações com os *tweets* é baixo em comparação ao número total de visitas ao perfil.

A ferramenta de pesquisa do *Twitter* possibilita ao usuário a busca de qualquer *tweet* que possua uma palavra ou termo específico ou quaisquer *hashtags* indexadas com determinadas expressões (por exemplo, as *hashtags* utilizadas na descrição de perfil da EMARANHADO, “#museologia #cibercultura #emaranhado”). A partir da pesquisa, o público em potencial pode encontrar conteúdos de seu interesse e decidir se gostaria de interagir ou não.

A captura de tela abaixo (Figura 39) ilustra a função “Estatísticas de Tweet”, que disponibiliza métricas individuais de cada *tweet* enviado pelo usuário:

Figura 39: Função “Estatísticas de Tweet”



Fonte: Twitter.com, 2023.

A partir dos dados fornecidos, podemos observar que o número de impressões (ou visualizações) do *tweet* é superior ao número de engajamentos, que consiste em todo e qualquer tipo de interação feita por um usuário com o *tweet* específico, sejam curtidas, *retweets*, cliques no perfil etc. Pela estatística do *Twitter*, a visualização do *tweet* é contabilizada, mesmo que não tenha havido interação. Assim, é possível afirmar que, mesmo com a ferramenta de pesquisa levando usuários a visualizar o perfil e os *tweets* da EMARANHADO, não os compeliu a interagir.

Com a exposição se tratando de uma ação temporária, não houve tempo para a construção de um número de seguidores e potenciais visitantes. O próprio curso de Museologia da UFRGS não possui uma conta no *Twitter* e nenhuma das exposições curriculares anteriores fez o uso da plataforma com um perfil próprio, o que dificulta a sondagem de público em potencial.

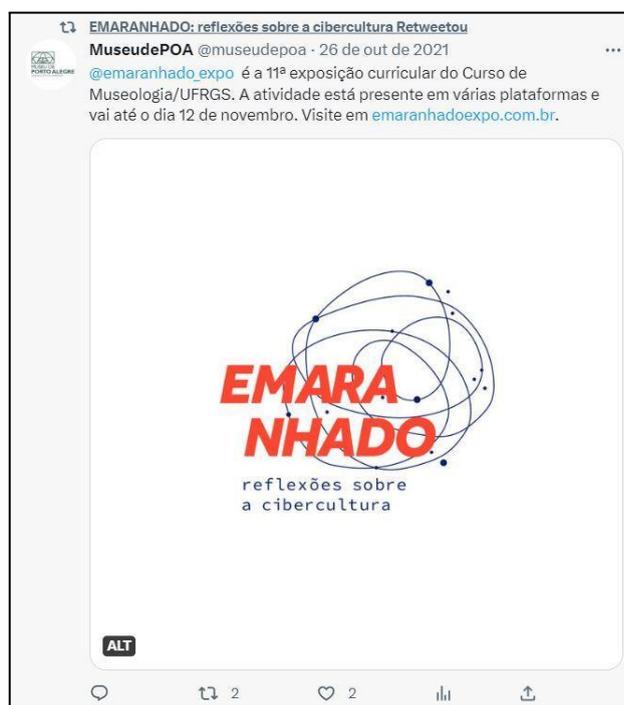
Uma opção poderia ser a parceria com contas que já dispusessem de um público de seguidores já formado, entretanto, a EMARANHADO foi divulgada no *Twitter* por meio de outras contas, como as páginas do Jornal da UFRGS (JU) (Figura 40) e do Museu de Porto Alegre (Figura 41) e a reação aos *tweets* também foi baixa.

Figura 40: EMARANHADO no *Twitter* do Jornal da UFRGS (JU)



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

Figura 41: Divulgação da EMARANHADO no perfil do Museu de Porto Alegre no *Twitter*



Fonte: Twitter.com, 2023.

No geral, a extroversão de conteúdo no *Twitter* é bastante complexa. O usuário do *Twitter* tende a utilizar a plataforma de maneira relativamente introvertida, realizando eventuais interações com outras contas de acordo com seus interesses.

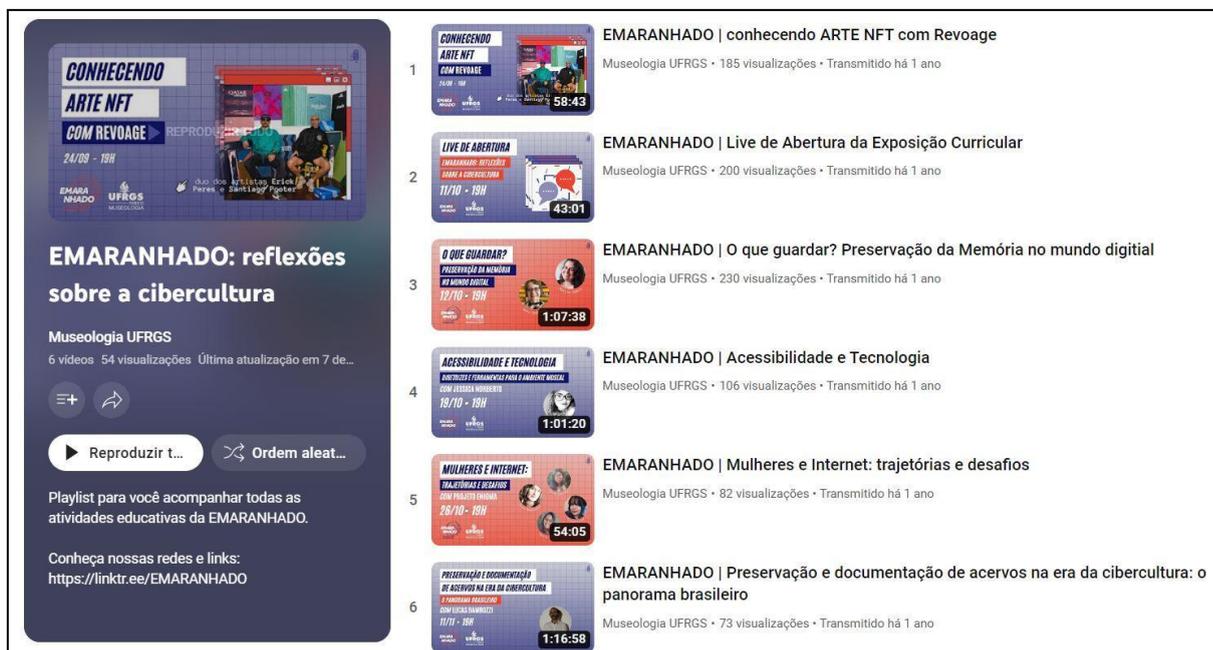
Para o usuário, “o foco do *Twitter* [...] não está apenas nos contatos pessoais, e sim na qualidade e no tipo de conteúdo veiculado por um usuário específico” (LIMA, 2016, p. 83). Nesse sentido, reiteramos que o contato com grupos de pesquisa em cibercultura poderia ter direcionado a exposição a um público interessado.

A baixa interação com contas que já possuem um número estabelecido de seguidores pode significar que não compreendemos a linguagem utilizada no *Twitter*, que não tenhamos conseguido dialogar com nosso público-alvo ou de interessados pelo assunto a partir da maneira que utilizamos esta ferramenta. É possível até que a baixa fruição no *Twitter* seja uma questão comum para instituições e exercícios museais de pequeno porte, considerando também que aproximadamente 43,6% das contas de museus na plataforma encontram-se inativas ou desatualizadas (MIRANDA, 2021), o que levanta uma questão para futuras investigações no âmbito da Museologia. A difusão de conteúdos relacionados a museus e exposições museológicas via *Twitter* em instituições museais brasileiras é uma área pouco explorada do ponto de vista analítico e metodológico, o que torna complexo compreender o motivo do baixo retorno e dificulta a formulação de metodologias experimentais e aplicáveis na difusão de conteúdo nesta rede.

3.1.3 YouTube e Spotify

No *YouTube*, a exposição EMARANHADO se utilizou do canal do Curso de Museologia/UFRGS para a realização de suas *lives* da programação educativo-cultural, realizando seis no total. As *lives* ainda encontram-se disponíveis e estão compiladas em uma *playlist* no canal (Figura 43). Na data de produção do Relatório da exposição a *playlist* possuía 37 visualizações, em março de 2023, possui mais de 50.

Figura 42: *Playlist* de *lives* da programação educativo-cultural da exposição EMARANHADO no canal da Museologia UFRGS



Fonte: canal de *YouTube* do canal Museologia UFRGS, 2021

A escolha de realizar as *lives* no canal da Museologia UFRGS partiu do reconhecimento de que o canal do curso já possuía um público consolidado, com 433 inscritos na época da realização da exposição, e que também seria interessante reunir nesse espaço produtos das exposições, como já realizado pela exposição “No Escurinho do Cinema: memória e sociabilidade em Porto Alegre” (2021), a fim de preservar a memória digital do Curso.

Diversos materiais de divulgação foram desenvolvidos para a programação de *lives* da exposição, como *cards* (Figura 43) e *banners* em formato de *story* do *Instagram*. Além dos materiais de divulgação da programação geral de *lives*, foram produzidos também *cards* individuais (Figura 44).

Figura 43: Card de divulgação da programação de *lives* da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER et al., 2021.

Os cards de divulgação individual apresentavam os convidados, data e horário. Indicavam também o nome do canal onde as *lives* aconteceram a partir da inserção do ícone do *YouTube*, gerando associação imagética imediata à plataforma onde o conteúdo foi transmitido.

Figura 44: Card individual de divulgação de *live* da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER et al., 2021.

O formato quadrado dos *cards* quadrados, em proporção 1:1, contempla o *feed* do perfil do *Instagram* e funciona também em outras redes, como *Twitter* e *Facebook*, enquanto a proporção 9:6 é adequada para *stories* do *Instagram*, *stories* do *Facebook* e até *status* do *WhatsApp* devido ao seu formato vertical que preenche a tela de um *smartphone*⁶³.

Todos os vídeos possuem *thumbnails* (imagens de capa) personalizadas (Figura 45), produzidas em proporção 16:9⁶⁴, facilitando a identificação, interligando visualmente as *lives* à exposição por meio da identidade visual e padronizando o conteúdo.

Figura 45: *Thumbnail* de *live* da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

Ferramentas como o *Canva.com* possibilitam a criação de *designs* nos tamanhos exatos para estas plataformas, disponibilizando opções de acordo com a necessidade do usuário, criando automaticamente um arquivo em branco com a proporção desejada e até em formato personalizado, facilitando a criação destes materiais de divulgação.

⁶³ Para saber mais, acesse:

<https://www.adobe.com/br/express/discover/sizes/instagram#:~:text=Tamanho%20da%20imagem%20do%20Instagram,aplica%20a%20fotos%20e%20v%C3%ADdeos>. Acesso em 12 de março de 2023.

⁶⁴ Para saber mais, acesse:

<https://www.adobe.com/br/express/discover/sizes/youtube#:~:text=O%20tamaho%20ideal%20para%20thumbnails,n%C3%A3o%20deve%20ultrapassar%202%20MB>. Acesso em 12 de março de 2023.

A primeira *live* da EMARANHADO foi realizada em 24 de setembro de 2021, integrando o cronograma de pré-lançamento da exposição e a programação da 15ª Primavera de Museus, e teve a duração de 48 minutos. “Conhecendo ARTE NFT [Non-Fungible Token] com Revoage”⁶⁵ foi mediada pela estudante/curadora Sofia Perseu. A *live* foi iniciada com uma introdução apresentada pelo professor Eráclito Pereira, coordenador substituto da Comissão de Graduação (COMGRAD) da Museologia UFRGS e da professora Vanessa Aquino, orientadora da exposição. Os convidados da *live* foram os artistas visuais Erick Peres e Santiago Pooter, que juntos formam o duo Revoage.

Na *live*, os convidados apresentaram aos espectadores como funciona a produção e o consumo de arte NFT⁶⁶, entretanto, teço uma crítica pessoal ao tema: houve a falta de um contraponto quanto ao assunto da produção de NFTs. Hoje, mais de um ano depois da realização da exposição EMARANHADO, temos informações mais desenvolvidas sobre o impacto ambiental da geração de NFTs⁶⁷, que já vinha sendo apontado no período de pesquisa e montagem da exposição, em 2021.

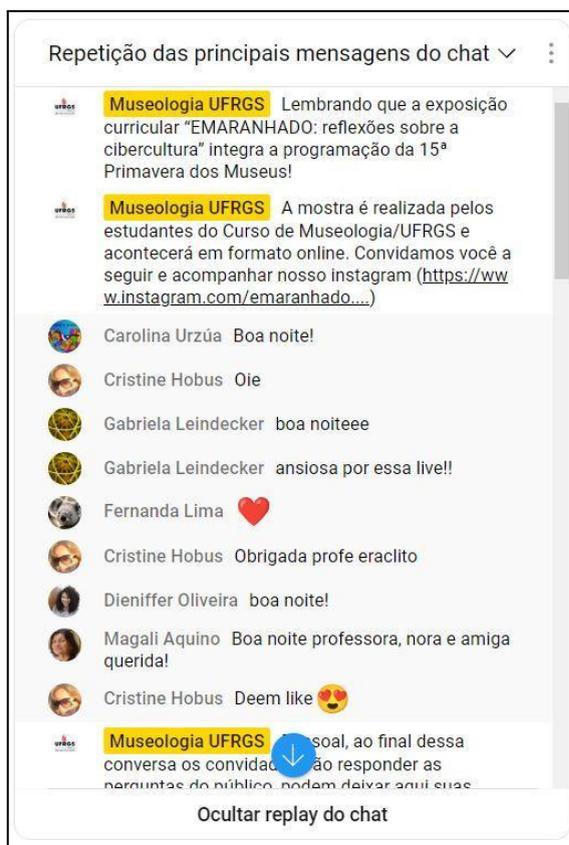
Durante a *live*, diversos comentários foram realizados no *chat* ao vivo da transmissão pelos próprios curadores, membros da comunidade acadêmica e visitantes em geral. Pelo *chat*, o perfil da Museologia UFRGS foi utilizado para a divulgação do *Instagram* da exposição (Figura 46).

⁶⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6Dcl3wbaJiE> Acesso em 13 de março de 2023.

⁶⁶ “NFTs são *tokens* não fungíveis, algo que não pode ser dividido ou existir outro igual, tem como função serem utilizados para representar o domínio único de alguém sobre algo. Seu uso é focado em artes, ingressos para eventos, produtos digitais, jogos e itens de coleção. O token, tendo apenas um dono por vez, torna impossível alterar o registro de compra e venda de cada um. Sua característica principal é de ser algo não fungível, ou seja, possui atributos únicos que não podem ser copiados” (FIDELIS, 2022, p. 12).

⁶⁷ Para saber mais, acesse: <https://www.sp-arte.com/editorial/qual-o-dano-ambiental-das-nfts/> Acesso em 11 de março de 2023.

Figura 46: Chat da live “Conhecendo ARTE NFT com Revoage” da exposição EMARANHADO



Fonte: canal do *YouTube* Museologia UFRGS, 2021

Até a data de produção do Relatório da exposição, a *live* somava o total de 168 visualizações. Hoje, com pouco menos de um ano e seis meses da data da transmissão, o número de visualizações é 186, com 34 curtidas e dois comentários (Figura 47).

Figura 47: Comentários da *live* “Conhecendo ARTE NFT com Revoage” da exposição EMARANHADO

EMARANHADO | conhecendo ARTE NFT com Revoage

Museologia UFRGS
522 inscritos

Inscrição

34

Compartilhar

Salvar

186 visualizações Transmitido há 1 ano

Live de pré-lançamento da exposição curricular "Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura" que integra a programação da 15ª Primavera dos Museus (IBRAM)

Mostrar mais

2 comentários Ordenar por

Adicione um comentário...

Jeniffer Cuty há 1 ano

Parabéns, estudantes-curadoras/es, professora e colega Vanessa e museólogo e colega Elias Machado! Parabéns aos artistas!!! Excelente live! Obrigada pela partilha

Responder

Dalia Tavares Leindecker há 1 ano

Muito interessante que os jovens se habilitem ao mundo digital e mostrem para os demais jovens que estão fora da academia.

Responder

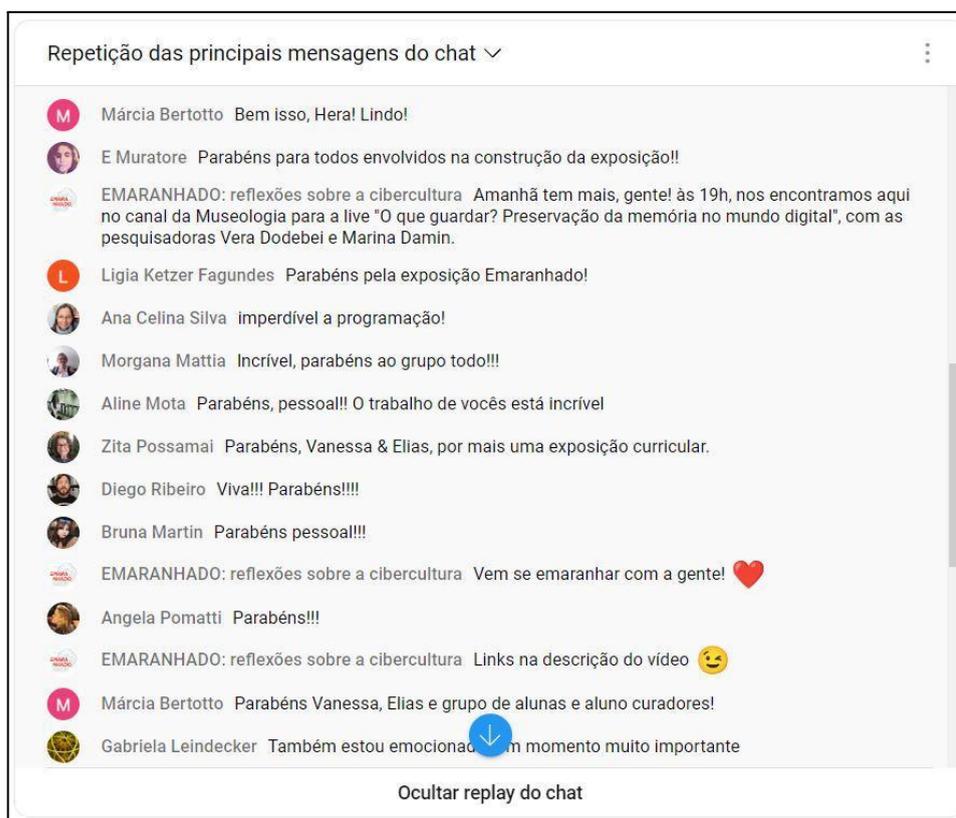
Fonte: canal do *YouTube* Museologia UFRGS, 2021

A segunda *live* da EMARANHADO no *YouTube* foi realizada em 11 de outubro de 2021, marcando a abertura da exposição ao público. Intitulada “*Live de Abertura da Exposição Curricular*”⁶⁸, teve 43 minutos de duração e foi mediada pelas curadoras Sofia Perseu e Gabriela Mattia. As convidadas foram Vanessa Aquino, professora orientadora da exposição, Jeniffer Cuty, professora do curso e coordenadora da Comissão de Graduação (COMGRAD) da Museologia UFRGS na época, e Vera Schmitz, vice-diretora da FABICO. A solenidade apresenta a exposição EMARANHADO e seu tema, declarando a exposição aberta à visitação.

Nesta *live*, pela primeira vez, o perfil de *YouTube* da exposição EMARANHADO foi utilizado para interagir com os espectadores por meio do *chat* (Figura 48), divulgando a programação e indicando onde encontrar os *links* úteis para acesso, ação que se repetiu nas *lives* seguintes.

⁶⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XXB9ieyuGvQ> Acesso em 12 de março de 2023.

Figura 48: *Chat* da segunda *live* de *YouTube* da exposição EMARANHADO



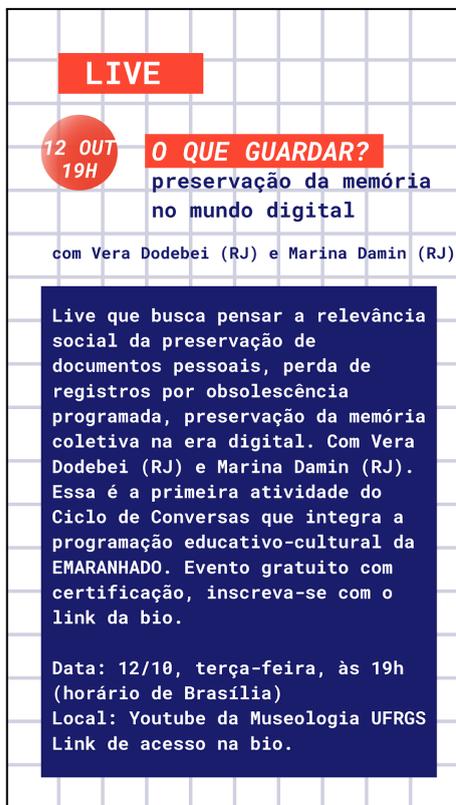
Fonte: canal de *YouTube* Museologia UFRGS, 2021

Até a data de produção do Relatório da exposição, 11 de novembro de 2021, a *live* possuía 190 visualizações e, até a data de produção deste trabalho, as visualizações somam 200, com 49 curtidas e um comentário.

A terceira *live* da programação educativo-cultural da EMARANHADO, intitulada “O que guardar? Preservação da memória no mundo digital”⁶⁹, com as convidadas Marina Damin e Vera Dodebei, da UNIRIO, foi realizada em 12 de outubro de 2021 (Figuras 49 e 50). A transmissão teve 1 hora e 07 minutos de duração e foi mediada pelo curador Luis Fernando Massoni.

⁶⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zA7iFPVVLcs> Acesso em 13 de março de 2023.

Figura 49: Material de divulgação para *story* de *Instagram* da *live* “O que guardar? A preservação da memória no mundo digital” da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

Figura 50: *Print* da live “O que guardar? Preservação da memória no mundo digital” da exposição EMARANHADO



Fonte: canal de *YouTube* Museologia UFRGS, 2021

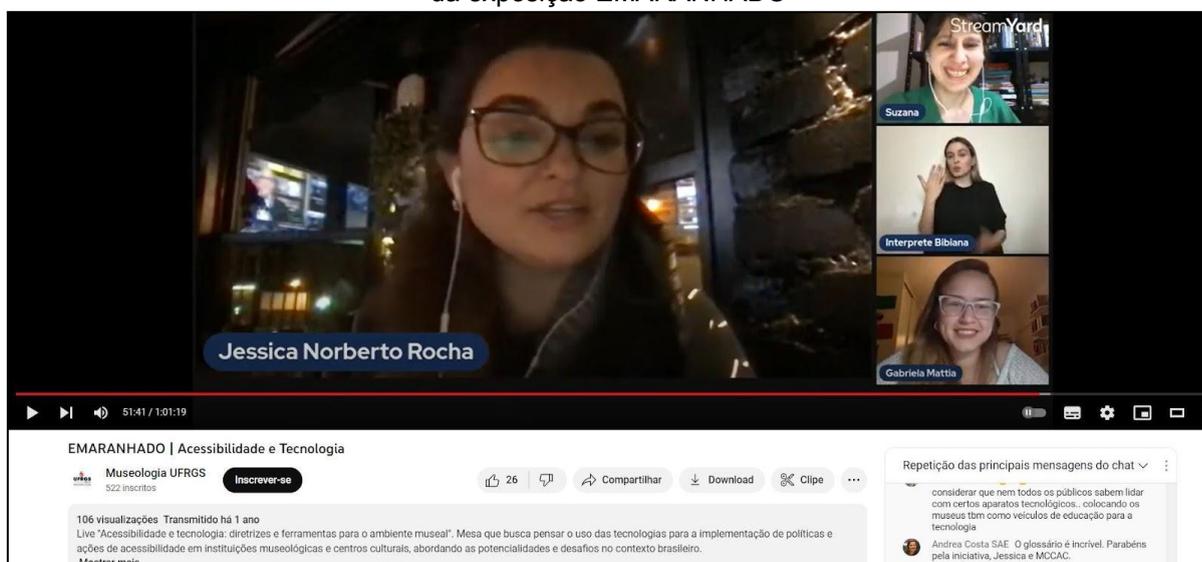
Esta *live* foi, durante o período da exposição, e é, até o momento, a transmissão da EMARANHADO com o maior número de visualizações no *YouTube*. No Relatório da exposição, a equipe reporta:

Embora não seja possível afirmar com certeza esta relação, acreditamos que tal engajamento se deva à presença de Vera Dodebei, uma das pesquisadoras mais conhecidas da Ciência da Informação brasileira. Além disso, o mediador da *live*, Luis Fernando, divulgou a atividade junto à Profa. Patrícia Mangan, da Universidade *LaSalle*, que também pesquisa memória e tecnologia e que informou ter repassado a divulgação junto aos membros do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade. Luis Fernando também divulgou a *live* com amigos que encaminharam o *card* de divulgação no grupo de estudantes do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCIN) da UFRGS, que possui uma linha de pesquisa voltada à temática” (PETTER *et al.*, 2021, p. 236).

Até a produção do Relatório da exposição, a *live* somava 211 visualizações e, até a produção deste trabalho, a *live* soma 230 visualizações, 47 curtidas e 3 comentários.

“Acessibilidade e tecnologia: diretrizes e ferramentas para o ambiente museal”⁷⁰ foi a terceira *live* da programação educativo-cultural da EMARANHADO, realizada em 19 de outubro de 2021. Com duração de 1 hora e 1 minuto, foi mediada pelas curadoras Gabriela Mattia e Suzana Pohia, com a convidada Jessica Norberto (Figuras 51 e 52).

Figura 51: *Print* da *live* “Acessibilidade e tecnologia: diretrizes e ferramentas para o ambiente museal” da exposição EMARANHADO



Fonte: canal de *YouTube* Museologia UFRGS, 2021

⁷⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=D5Inn_pdadM Acesso em 13 de março de 2023.

Figura 52: Card de divulgação da live “Acessibilidade e tecnologia: diretrizes e ferramentas para o ambiente museal” da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

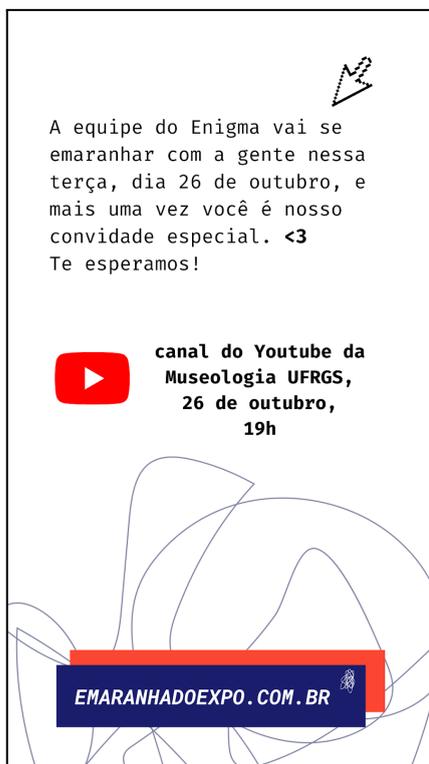
Até 17 de novembro de 2021, a transmissão somou 94 visualizações. Em março de 2023, a *live* possui 106 visualizações, 26 curtidas e nenhum comentário.

A *live* “Mulheres e *internet*: trajetórias e desafios”⁷¹ foi realizada em 26 de outubro de 2021, tendo 54 minutos de duração (Figuras 53 e 54). Na transmissão, a curadora Gabriela Leindecker recebeu a Profa. Clevis Rapkiewicz, Milena Silva, Luisa Batista e Gabriela Castro, do projeto Enigma⁷².

⁷¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GOS1CXibIIA> Acesso em 14 de março de 2023.

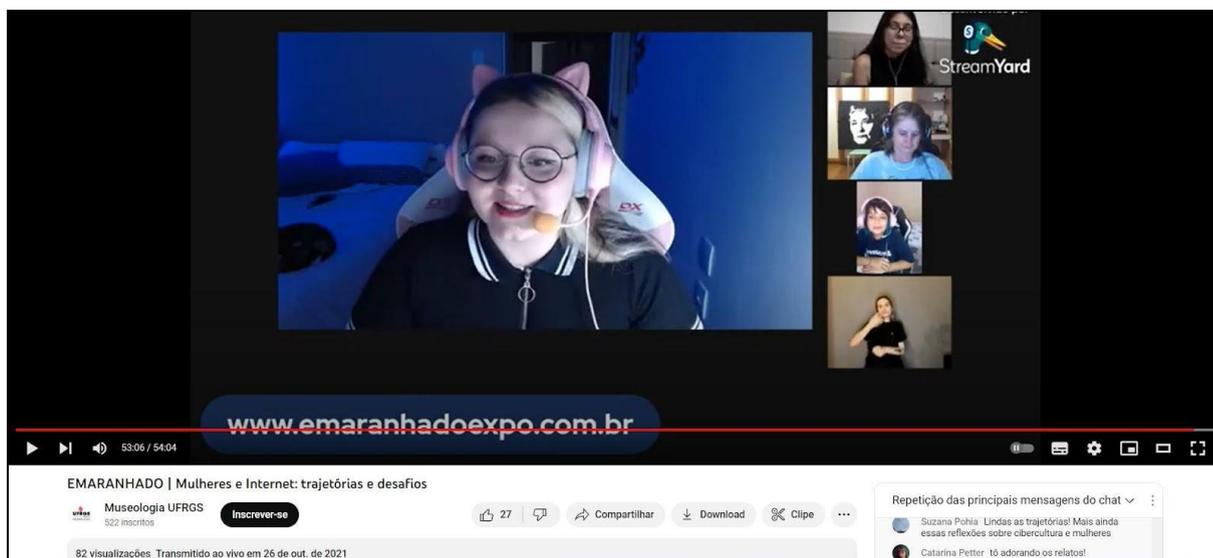
⁷² Conheça em: <https://www.ufrgs.br/enigma/> e <https://www.instagram.com/enigmaprojecto/> Acesso em 14 de março de 2023.

Figura 53: Material de divulgação para *story* de *Instagram* da *live* “Mulheres e *internet*: trajetórias e desafios” da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

Figura 54: *Print* da *live* “Mulheres e *internet*: trajetórias e desafios” da exposição EMARANHADO



Fonte: canal de *YouTube* Museologia UFRGS, 2021

Até 17 de novembro, a *live* possuía 73 visualizações. São 82 visualizações em março de 2023, somando 27 curtidas, porém nenhum comentário.

Encerrando a programação de *lives* educativo-culturais da EMARANHADO, em, como evento de encerramento, foi realizada a *live* “Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro” (Figura 55) no dia 11 de novembro de 2021, com o convidado Lucas Bambozzi⁷³. Com 1 hora e 16 minutos de duração, a transmissão mediada pelos curadores Luis Fernando Massoni e Sofia Perseu possuía, até 17 de novembro de 2021, 53 visualizações no total. Em março de 2023, a *live* possui 73 visualizações, 23 curtidas e nenhum comentário (Figura 56).

Figura 55: Card de divulgação da *live* “Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro” da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

⁷³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IMNKy5zqdhY> Acesso em 14 de março de 2023.

Figura 56: *Print* da live “Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro” da exposição EMARANHADO



Fonte: canal de *YouTube* Museologia UFRGS, 2021.

As métricas de curtidas não foram reportadas no Relatório da exposição, o que dificulta a realização de um comparativo, pois as curtidas não apresentam data. Assim, não temos conhecimento de um possível aumento de curtidas pós-exposição. O quadro abaixo (Quadro 3) apresenta as métricas resumidas com comparativo do número de visualizações junto ao número de comentários e curtidas. Os dados originais foram coletados em 11 de novembro de 2021 e os dados atualizados datam de março de 2023.

Quadro 3: Comparativo de métricas das *lives* no *YouTube* da exposição EMARANHADO

Nome da live	Visualizações em 11 de novembro de 2021	Visualizações em março de 2023	Curtidas em março de 2023	Comentários em março de 2023
Conhecendo ARTE NFT com Revoage	168 visualizações	186 visualizações	34 curtidas	2 comentários
O que guardar? Preservação da memória no mundo digital	211 visualizações	230 visualizações	47 curtidas	3 comentários
Acessibilidade e tecnologia: diretrizes e ferramentas para o ambiente museal	94 visualizações	106 visualizações	26 curtidas	0 comentários

Mulheres e internet: trajetórias e desafios	73 visualizações	82 visualizações	27 curtidas	0 comentários
Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro	53 visualizações	73 visualizações	23 curtidas	0 comentários

Fonte: da autora, 2023

A partir dos dados acima, podemos observar um pico de interação na terceira *live* da exposição, “O que guardar? A preservação da memória no mundo digital”, possuindo mais curtidas em comparação com as outras.

A *live* com maior crescimento no número de visualizações de 17 de novembro de 2021 até março de 2023 é “Preservação e documentação de acervos na era da cibercultura: o panorama brasileiro”, com o acréscimo de 20 visualizações, apesar de ser a transmissão com menor número de curtidas.

Entre as *lives*, os comentários no formato regular do *YouTube* foram relativamente poucos, não passando de 3, mas o *chat* foi um espaço de bastante interação, onde os espectadores fizeram perguntas aos convidados, contribuíram com o debate e interagiram entre si.

Todas as *lives* da EMARANHADO disponibilizaram tradução simultânea em Libras pelas intérpretes Alini Mariot e Bibiana Vicente dos Santos.

Nenhuma das *lives* da EMARANHADO no *YouTube* possuem palavras chave (ou *keywords*) relacionadas ao assunto da transmissão, os convidados ou tema da exposição. A figura abaixo (Figura 57) mostra exemplos de palavras-chave.

Figura 57: palavras-chave do vídeo de *trailer* do filme *Everything Everywhere All At Once* no *YouTube*

```
<meta name="keywords" content="a24, a24 films, a24 trailers, independent films, trailer, HD, official, movie, film, a24 movies, oscar winner, academy award winner, michelle yeoh, jamie lee curtis, daniels, multiverse, james hong, jenny slate, harry shum jr, ke huy quan">
```

Fonte: código fonte do *trailer* do filme *Everything Everywhere All At Once* no canal da produtora A24 no *YouTube*⁷⁴

⁷⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wxN1T1uxQ2g> Acesso em 14 de março de 2023.

Mesmo ocultas para o usuário, podemos acessar as palavras-chave de um vídeo no *YouTube* através de seu código fonte. As palavras-chave acima foram retiradas do código fonte do vídeo de *trailer* de filme. Podemos observar os termos escolhidos, desde o nome da produtora e dos atores, termos indicando do que se trata a mídia, como “*film*” e “*movie*” (filme), o tema do filme, como “*multiverse*” (multiverso), e até termos atualizados, como “*oscar winner*” (vencedor do Oscar), indicando que esses termos podem ser editados e incluídos após a publicação ou transmissão original do vídeo.

As palavras-chave são um recurso importante para que um vídeo alcance um público maior e podem ser adicionadas ao vídeo no *YouTube Studio* (painel de controle do canal)⁷⁵, ficando ocultas no vídeo em si, mas indexando o vídeo às palavras procuradas pelos usuários do *YouTube*:

As tags são palavras-chave descritivas que podem ser adicionadas aos vídeos para ajudar os espectadores a encontrar seu conteúdo. O título, a miniatura e a descrição do seu vídeo são os metadados mais importantes para a descoberta dele. Essas informações principais ajudam o espectador a decidir qual conteúdo quer assistir. (GOOGLE, 2023)

O *YouTube* passou a possibilitar que usuários realizassem transmissões ao vivo a partir de 2011, seis anos depois de sua criação, em 2005, e três anos depois das primeiras transmissões ao vivo realizadas na plataforma, em 2008. As *lives* foram uma virada importante para o *YouTube*, que sempre pareceu distanciado do formato de transmissão já conhecido pelo público através da televisão, se destacando por seu caráter *on demand*.

As *lives* foram um formato popular de compartilhamento de conteúdo durante a pandemia de Covid-19, sendo realizadas no *Instagram*, *TikTok*, *Facebook* e, principalmente, no *YouTube*, plataforma referência no que se trata de vídeos na *internet*. Houve o crescimento do consumo de *lives* no geral e, com a suspensão das atividades presenciais nas instituições de ensino, as transmissões ao vivo possibilitaram a realização de eventos como seminários e palestras impossibilitados de acontecer no mundo físico:

⁷⁵ Saiba mais em:

<https://support.google.com/youtube/answer/146402?hl=pt-BR#:~:text=As%20tags%20s%C3%A3o%20palavras%2Dchave,importantes%20para%20a%20descoberta%20dele>. Acesso em 14 de março de 2023.

As lives integram um movimento característico de uma sociedade que a cada dia se insere mais e mais na cibercultura (LÉVY, 2003; LEMOS, 2014). Na educação, elas se tornaram dispositivos formativos (TRINDADE, 2020; SANTOS 2021; 2020), a exemplo da realização de atividades acadêmicas, como: aulas, palestras, oficinas, (web)conferências, mesas-redondas, rodas de conversas, encontros pedagógicos e de pesquisas, etc. Tais atividades antes realizadas presencialmente passaram a ser realizadas via ciberespaço com transmissões ao vivo e, normalmente, abertas ao público em geral. [...] Como aponta Santos (2020), essa dinâmica promove a inclusão da comunidade universitária interna e externa. A autora salienta que as lives proporcionam outras formas de presencialidades em rede. Elas têm a possibilidade de alcançar um grande público para além de seu território físico de abrangência, pois elas também podem ser acessadas em diferentes tempos, uma vez que ficam gravadas e disponíveis para acesso (COSTA; CORDEIRO; SILVA; SANTOS, 2022, p. 6).

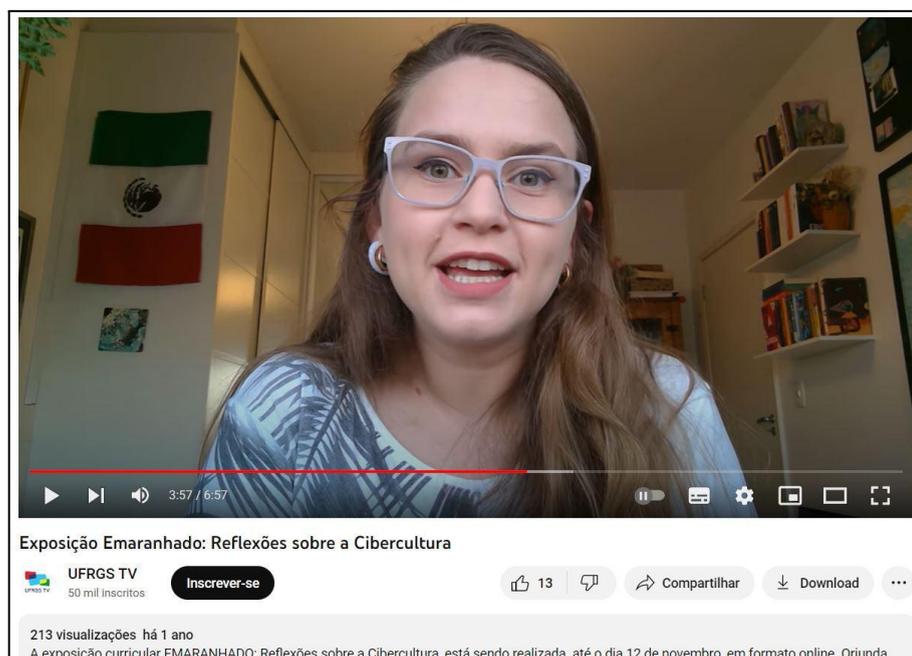
É importante pensar nas *lives* como ferramenta de interação com a sociedade além de significativos registros da programação educativo-cultural da exposição. Na exposição EMARANHADO, o *YouTube* apresenta dados moderados de engajamento pós-exposição, evidenciando o potencial deste formato de conteúdo para o registro da experiência e sua difusão. As *lives* são uma ferramenta muito útil para eventos como as exposições curriculares, inclusive exposições *offline*, no que possibilitam a difusão de informação em uma plataforma de amplo acesso, além do enriquecimento do quadro de convidados e assuntos abordados, considerando que especialistas e profissionais de outras partes do país e do mundo podem contribuir com o repertório da exposição apesar das barreiras geográficas.

Para além do canal da Museologia UFRGS e da própria exposição, a EMARANHADO foi divulgada pelo canal UFRGS TV em uma matéria com a participação dos curadores Gabriela Mattia e Luis Fernando Massoni e da professora orientadora da exposição, Vanessa Aquino⁷⁶.

Em 17 de novembro de 2021, o vídeo somava 198 visualizações, 13 curtidas e nenhum comentário. Em março de 2023, possui 213 visualizações (Figura 58), mantendo o mesmo número de curtidas e comentários.

⁷⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_siWM6xmMOU Acesso em 15 de março de 2023.

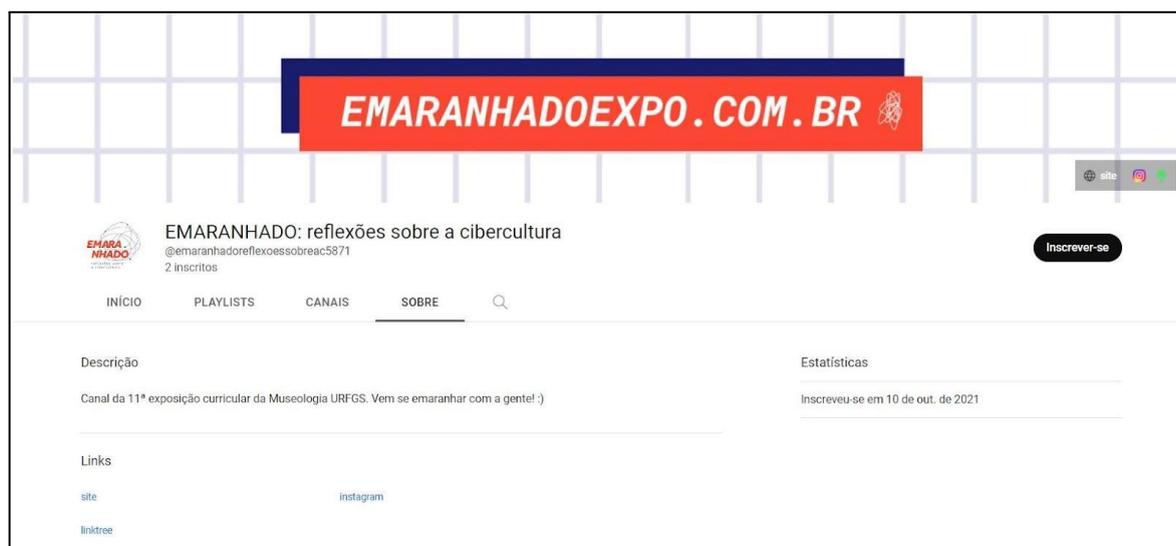
Figura 58: *Print* de vídeo sobre a exposição EMARANHADO no canal UFRGS TV



Fonte: canal do *YouTube* UFRGS TV, 2021.

Quanto ao canal próprio da exposição⁷⁷, criado para comentar e divulgar os *links* nas *lives* realizadas no canal Museologia UFRGS e hospedar a *playlist* da exposição, (Figura 59), nele é possível encontrar uma *playlist* com 35 vídeos, majoritariamente clipes musicais⁷⁸.

Figura 59: *Print* do canal de *YouTube* da exposição EMARANHADO



Fonte: canal do *YouTube* UFRGS TV, 2021.

⁷⁷

⁷⁸ Disponível em: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9ul6fMdZamJ66VcNnrRXkUJ_enVzrXLK
Acesso em 14 de março de 2023.

Até 17 de novembro de 2021, a *playlist* possuía 152 visualizações. Em março de 2023, possui 187 (Figura 60).

Figura 60: *Playlist* no canal de *YouTube* da exposição EMARANHADO

The screenshot shows a YouTube playlist interface. On the left, a dark blue sidebar contains the playlist title 'EMARANHADO: playlist', a description 'EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura', and statistics '35 vídeos 187 visualizações Última atualização em 15...'. Below this are playback controls and a description of the playlist's content. On the right, a list of seven video thumbnails is displayed, each with its title, creator, view count, and upload date.

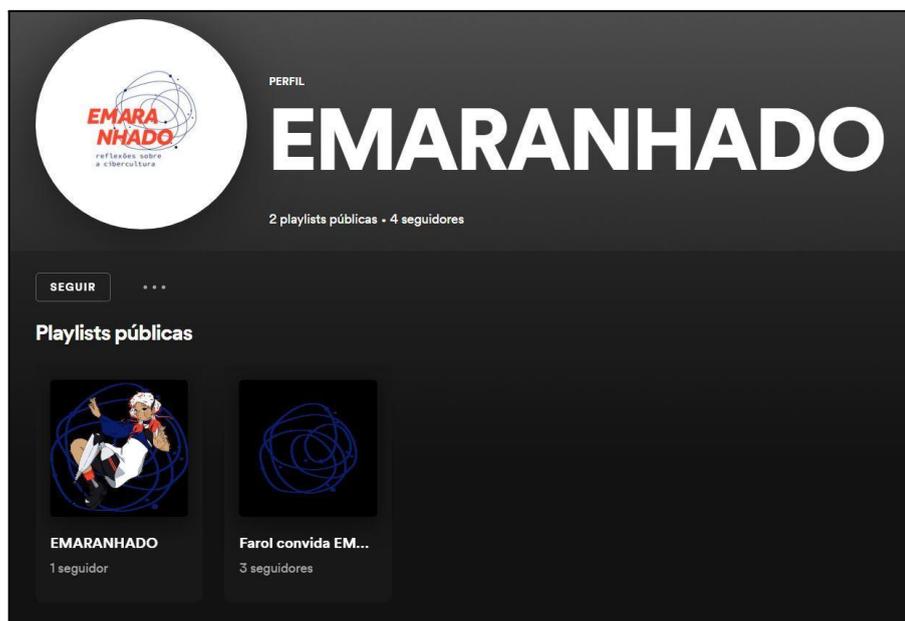
Índice	Título do Vídeo	Canal	Visualizações	Tempo	Idade
1	The Sound of dial-up Internet	willterminus	16 mil	0:29	há 14 anos
2	Welcome to the Internet - Bo Burnham (from "Inside" -- ALBUM OUT NOW)	boburnham	106 mil	4:41	há 1 ano
3	Daft Punk - Technologic (Official Video)	Daft Punk	33 mil	2:56	há 7 anos
4	Presença Na Rede	Amanda Gabana - Topic	172	4:08	há 1 ano
5	GAIA PRESIDENTE	Juliana Matos	27	3:24	há 2 anos
6	La infidelidad en la era de la informática - Jorge Drexler	Gerardo Aquino	213 mil	3:09	há 9 anos
7	Grimes - 4ÆM	Cyberpunk 2077	5,9 mil	3:12	há 3 anos

Fonte: canal de *YouTube* da exposição EMARANHADO, 2021.

A *playlist* da EMARANHADO no *YouTube* foi derivada e desenvolvida a partir da *playlist* do *Spotify* da exposição. No *Spotify*, plataforma de *streaming* de músicas e *podcasts*, o perfil da exposição EMARANHADO foi utilizado para disponibilizar duas *playlists*⁷⁹ (Figura 61). Uma das *playlists* compila 8 músicas, com 30 minutos e 52 segundos de duração.

⁷⁹ Disponível em: <https://open.spotify.com/user/02eohrq60h6ew86gm5yij4uml> Acesso em 15 de março de 2023.

Figura 61: *Playlists* no perfil da EMARANHADO no *Spotify*



Fonte: perfil da EMARANHADO no *Spotify*, 2021

A segunda *playlist* compila os episódios da série especial Farol convida Exposição EMARANHADO (Figura 62), em parceria com o *podcast* Farol: Conexões da Informação, com cinco episódios. O primeiro episódio da série integra o cronograma pré-lançamento da exposição.

Figura 62: *Playlist* Farol convida EMARANHADO no perfil da EMARANHADO no *Spotify*



Fonte: perfil da EMARANHADO no *Spotify*, 2021

A partir escolha de não disponibilizar os episódios de *podcast* da exposição de maneira independente, surgiu a parceria com o Farol: Conexões da Informação⁸⁰, que recebeu a equipe durante o mês de visitação da exposição. O *podcast* Farol conta com um público consolidado, sendo uma maneira de divulgar e registrar a EMARANHADO.

Ao longo do período de exposição, o Farol fez uma parceria com a EMARANHADO, por meio da série especial Farol Convida Exposição Emaranhado, na qual os curadores ficaram a cargo de desenvolver conteúdos para o *podcast*. Os episódios não tiveram um padrão de tempo, sendo o mais curto com duração de 26 minutos e o mais longo com mais de duas horas, contando com a presença de diferentes convidadas/os e mediadoras/es (dentre membros da equipe curatorial). [...] As gravações foram realizadas através da plataforma *Google Meet* (PETTER *et al.*, 2021, p. 220)

O quadro abaixo (Quadro 4), elaborado a partir de informações extraídas do Relatório da exposição, apresenta métricas dos episódios. A taxa de retenção se refere ao número de ouvintes que reproduziram o episódio integralmente.

Quadro 4: Métricas dos episódios da série de *podcasts* Farol convida EMARANHADO no *Spotify*

Episódio	Data	Convidados	Duração	Reproduções até novembro de 2021	Retenção
Farol convida Exposição "Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura" - com a equipe curatorial - Ep.#1	07/10	Equipe curatorial da exposição EMARANHADO	26:47	45	17%
Farol convida Exposição "Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura" - com Lola Aronovich - #Ep.2	14/10	Lola Aronovich	02:03:20	35	20%
Farol convida Exposição "Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura" - com Fabiano Menke	21/10	Fabiano Menke	01:13:50	23	1%

⁸⁰ Programa de Extensão da UFRGS desenvolvido por docentes e discentes de graduação e pós-graduação do Departamento de Ciências da Informação (DCI) da FABICO. Conheça em: <https://www.ufrgs.br/farol/> e <https://open.spotify.com/show/3ZMv2Ez5f7hOHJuHliDNiM> Acesso em 15 de março de 2023.

#Ep.3					
Farol convida Exposição “Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura” - com Clarice Tavares, do InternetLAB - #Ep.4	28/10	Clarice Tavares	35:17	49	35%
Farol convida Exposição “Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura” - com Thaiana Lindemann e Pablo Couto, do podcast Nóz da Nutrição - #Ep.5	04/11	Thaiana Lindemann e Pablo Couto	01:36:24	30	50%

Fonte: elaborado a partir de PETTER *et al.*, 2021.

A partir dos dados contidos no quadro acima, podemos observar que o episódio com mais reproduções foi o episódio 4, com Clarice Tavares do InternetLAB⁸¹, porém, o episódio de número 5, com os fundadores do *podcast* Nóz da Nutrição⁸² foi o episódio com maior retenção de ouvintes, com 50% dos usuários ouvindo o episódio integralmente.

Durante a pandemia de Covid-19, a partir do ano de 2020, houve o crescimento no consumo de *podcasts* e serviços de *streaming* como veículos de informação, e o Brasil foi o país que mais produziu *podcasts* neste período (AMORIM; ARAÚJO, 2021). Inclusive, “*podcasts* que abordam autoconhecimento, bem estar e meditação tiveram um consumo considerável durante o isolamento” (LORENTZ, 2020 apud AMORIM; ARAÚJO, 2021, p. 25809), o que pode explicar a retenção de ouvintes no episódio #5⁸³, com os convidados Thaiana Lindemann e Pablo Couto, do *podcast* Nóz da Nutrição.

A temática do episódio foi a relação entre nutrição e cibercultura, como, por exemplo, o registro de hábitos alimentares no ciberespaço (o que pode ser classificado como “bem estar”) em conjunção com a prática dos convidados, que compreendem a linguagem do formato devido sua experiência com a apresentação

⁸¹ Conheça em: <http://internetlab.org.br/pt/> Acesso em 15 de março de 2023.

⁸² Conheça em: <https://nozdanutricao.com.br/> Acesso em 15 de março de 2023.

⁸³ Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/3d1Hc6jslVMvdiBKOt0DZ1?si=23f1c64d1c8349d5> Acesso em 16 de março de 2020.

de *podcasts*, possivelmente agiu como um fator positivo para a retenção dos ouvintes.

3.1.4 *Instagram e Linktree*

O *Instagram* foi uma plataforma essencial tanto para a comunicação da exposição como para a própria visitação e avaliação do público da EMARANHADO. A exposição ocorreu concomitantemente no *site* e no perfil de *Instagram* (Figura 63), sob o nome de usuário @emaranhado.expo, com o conteúdo da exposição sendo disponibilizado quase integralmente na plataforma, apresentado de maneira adaptada para a rede. A equipe buscou utilizar o *Instagram* “tanto para apresentar a exposição (por meio de seu *feed*) como para promover o engajamento, divulgar atividades e reter a atenção do público (por meio de *stories*)” (PETTER *et al.*, 2021, p.133)

A realização da exposição simultaneamente por meio do *site* e do *Instagram* foi uma decisão intencional da equipe curatorial, visando experimentar com as possibilidades e o alcance da plataforma.

Figura 63: Visão geral do perfil da exposição EMARANHADO no *Instagram*

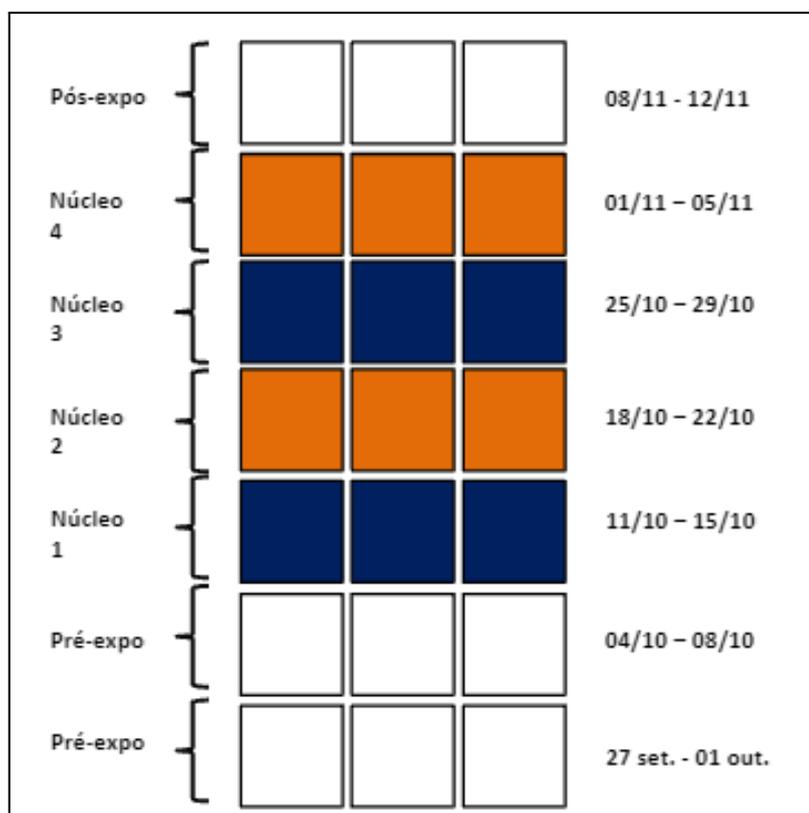


Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

A estrutura do *feed* foi desenvolvida considerando as particularidades da plataforma e se utilizando do recurso carrossel na incorporação de textos e imagens,

gifs e vídeos. Seguindo um planejamento (Figura 64) desenvolvido pelo GT Comunicação com assessoria da estudante de Publicidade e Propaganda/FABICO Laura Giórgia Brandelli Barretti, na época bolsista do Laboratório de Criação Museográfica (CRIAMUS) da Museologia/UFRGS, foram definidas as linhas editoriais do perfil e realizadas três postagens por vez, seguindo a organização estrutural do *Instagram*. A ordem das postagens seguia o mesmo percurso de visitaçoão proposto no *site*, sendo cada conjunto de três postagens correspondente a um núcleo da exposição.

Figura 64: Planejamento do *feed* de *Instagram* da exposição EMARANHADO



Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

No total, vinte e quatro postagens graduais foram realizadas no *feed* da EMARANHADO. Foram planejadas seis postagens pré-exposição que, na prática, se tornaram doze, visando engajar e mobilizar o público antes mesmo da exposição iniciar. A figura abaixo (Figura 65) mostra as nove postagens realizadas pré-exposição.

Figura 65: Postagens pré-lançamento da exposição EMARANHADO.



Fonte: perfil da exposição EMARANHADO no *Instagram*, 2021.

Das nove postagens pré-lançamento, publicadas de 22 de setembro a 09 de outubro de 2021, três apresentavam a equipe curatorial e a mediadora digital, EMM. O segundo conjunto de postagens trouxe duas perguntas geradoras, uma para explicar o exercício de exposição curricular e outra para introduzir o conceito de cibercultura, tema central da exposição. A terceira postagem deste conjunto apresentava dicas culturais com temas relacionados aos temas abordados na EMARANHADO.

O terceiro conjunto de postagens pré-lançamento da exposição foi composto por uma postagem que divulgava a programação de *lives* que foram realizadas no canal de *Youtube* do Curso de Museologia/UFRGS, outra que apresentou as

plataformas nas quais a exposição aconteceu, e a terceira, que encerrou o segmento de exposições pré-exposição, com dicas de museus virtuais.

A postagem que apresenta as plataformas da exposição, chamada “Venha se EMARANHAR com a gente!” e a postagem “Dicas MUSEUS VIRTUAIS” apresentam o mesmo problema: a plataforma *Instagram* não suporta *links* em suas imagens ou texto de descrição, transformando todo e qualquer *link* em texto que não pode ser copiado por meio do *app* para *smartphone*. A imagem abaixo (Figura 66) ilustra a questão apontada:

Figura 66: Postagem no *Instagram* da EMARANHADO



Fonte: perfil da exposição EMARANHADO no *Instagram*, 2021.

Neste caso, uma solução efetiva poderia ser a indicação da visita ao perfil *Linktree* da exposição, disponível na descrição do perfil do *Instagram*, onde o visitante encontraria todos os *links* úteis incorporados em uma única página. Esta ação seria informativa ao visitante, podendo gerar incentivo à visita ao facilitar o acesso às outras plataformas da exposição.

O quarto conjunto de postagens agiu como um convite, informando a data e que o *link* do site onde a exposição aconteceu poderia ser encontrado na *bio* do perfil.

Tomando como exemplo as postagens realizadas no *Instagram* da EMARANHADO, as postagens pré-exposição preparam o público para o conteúdo

que será publicado no futuro e é uma estratégia de criação e medição de expectativa. A possibilidade de informar e preparar o público anteriormente à visita de uma exposição (por exemplo, por meio da disponibilização de glossários, textos ou vídeos que apresentem os temas, conceitos-chave ou contextos) pode ser uma estratégia interessante para exposições no geral, inclusive físicas, com potencial de dinamizar mediações, atividades e debates e gerar mais interesse no visitante.

Quanto ao *feed* durante o período da exposição, foi realizada a publicação de quatro conjuntos de três postagens (Figura 67), de 11 de outubro a 15 de novembro de 2021, como previsto no planejamento. O conjunto de postagens pós-exposição, que deveria ir ao ar depois de encerrado o período de visita, não foi produzido nem postado.

Figura 67: Postagens no *feed* da EMARANHADO durante o período de visita



Fonte: perfil da exposição EMARANHADO no *Instagram*, 2021

O uso de *hashtags* não foi consistente durante as postagens. Quatro *hashtags* padrão foram utilizadas em todas as postagens no período de visitação, “#EMARANHADO #museologia #ufrgs #exposição”, às vezes variando para um ou dois termos a mais, como “#cibercultura” ou “#fakenews”. Nem todas as postagens possuem *hashtags* fazendo alusão ao tema da exposição ou de seus núcleos, e nenhuma traz nomes dos artistas cujo os trabalhos foram expostos na EMARANHADO. Vale destacar que nenhuma das postagens contendo trabalhos artísticos possuem marcação do perfil dos artistas. O uso de marcações de perfil ou de *hashtags* mais específicas poderia aumentar o engajamento, alcançando um público maior com interesse nos artistas ou no tema da exposição por meio da pesquisa de termos indexados via *hashtag*.

Outro ponto crucial é que nenhuma das postagens possui descrição textual de imagem com fins de acessibilidade, mesmo com a equipe possuindo textos descritivos prontos produzidos em consultoria de audiodescrição de imagens, algo que poderia ter sido facilmente resolvido, mas que acabou não acontecendo.

O quadro abaixo (Quadro 5), extraído do Relatório da exposição EMARANHADO, aponta as métricas das postagens no *feed* do *Instagram* da exposição. Em março de 2023, algumas das postagens obtiveram aumento de 1 ou 2 curtidas.

Quadro 5: Métricas das postagens no *feed* do *Instagram* da exposição EMARANHADO

Data	Tema	Métricas	
		Curtidas	Comentários
22/09	1 - Quem faz a EMARANHADO	72	8
22/09	2 - Apresentação de EMM	76	24
22/09	3 - Quem faz a EMARANHADO	90	16
24/09	4 - O que é uma Exposição Curricular	87	11
27/09	5 - Dicas Culturais da EMARANHADO	82	14
01/10	6 - Você sabe o que é Cibercultura?	81	2
05/10	7 - Dicas de Museus Virtuais	85	10
07/10	8 - Vem se emaranhar com a gente!	73	4

08/10	9 - Programa de Lives	60	1
09/10	10 - Convite	54	1
09/10	11 - Convite	56	0
09/10	12 - Convite	55	1
11/10	13 - Emaranhado no ar!	85	13
13/10	14 - Política de <i>Cookies</i>	54	0
15/10	15 - Núcleo 1	57	1
18/10	16 - Núcleo 2	68	8
22/10	17 - Túnel 1, do Núcleo 2	45	0
25/10	18 - Túnel 2, do Núcleo 2	54	1
29/10	19 - Núcleo 3	45	1
01/11	20 - <i>Fake News</i>	35	0
04/11	21 - Cancelamento na <i>Internet</i>	39	1
09/11	22 - Núcleo 4 (Museu das Coisas Banais)	42	1
11/11	23 - Núcleo 4	46	1
15/11	24 - Encerramento	63	8

Fonte: PETTER *et al.*, 2021.

A partir do quadro, podemos observar que as postagens no *Instagram* no período pré-exposição possuem uma média maior de interações, seja por curtidas ou comentários. É possível que o engajamento no conteúdo da exposição fosse maior se o perfil da exposição fosse lançado em uma data mais próxima à data de abertura da exposição. Entretanto, também é possível que o tempo de divulgação pré-exposição tenha sido importante para a formação de uma base de seguidores e a realização da introdução ao tema. Para que não se sacrificasse as possibilidades, as postagens pré-exposição poderiam ter sido realizadas com um período de tempo menor entre si.

Quanto ao uso da ferramenta *stories*, o perfil da EMARANHADO apresenta cinco destaques diferentes (Figura 68): “PROGRAMAÇÃO”, com a programação de *lives* promovidas pela exposição; “RIFA”, divulgando a rifa de um leitor digital *Kindle* para captação de recursos financeiros; “POEMA”, com a leitura do poema presente

no primeiro núcleo da exposição; “FICHA TÉCNICA”, listando a equipe, artistas e colaboradores; e “ABERTURA”, divulgando o *site* onde aconteceu a exposição.

Figura 68: Destaques no *Instagram* da EMARANHADO



Fonte: perfil de *Instagram* da exposição EMARANHADO, 2023

A intenção da equipe com o uso dos *stories* era prender a atenção dos seguidores e atrair novos visitantes por meio de enquetes de dicas culturais, entretanto,

Infelizmente, o maior problema ficou com a realização das postagens, tendo em vista que diversos *stories* foram feitos e acabaram não sendo postados. Analisando as métricas geradas pelo *Instagram* em relação aos *stories*, foram 138 postagens de *stories* totais, gerando 58 interações, sendo 44 respostas e 14 compartilhamentos (PETTER *et al.*, 2021, p. 190)

Foi desenvolvido um roteiro para os *stories* e um calendário (Figura 69), que cobre cinco diferentes dias onde se deveriam realizar as postagens. Identificando a necessidade de aumentar a presença e o engajamento do perfil da exposição por meio dos *stories*, a pedido da equipe curatorial, um dos bolsistas-evento da exposição desenvolveu um planejamento de conteúdo (Figura 70), mas não há registros do conteúdo ter sido transformado em material gráfico e compartilhado no *Instagram*.

Figura 69: Calendário de postagem de *stories*

◀ Set 2021		Outubro 2021					Nov 2021 ▶
Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	
					1	2	
3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22 terça que vem! > live enigma	23	
24	25 3 stories enigma	26 é hoje!	27 PARCEIRO MUDI	28	29 FATO OU FAKE	30	
31							

Fonte: PETTER et al., 2021.

Figura 70: Planejamento de conteúdo desenvolvido pelo bolsista da exposição

1. PLANEJAMENTO STORIES

a) - VOCÊ PREFERE:

[ENQUETE]

1. Se divertir com os memes
2. Manter contato com os outros
3. Pesquisar e consumir informação
4. **Tudo isso junto**

- O ciberespaço é esse grande lugar em que tudo se emaranha. Fica difícil se concentrar em uma coisa só quando tudo parece uma rede interminável com mais conteúdo do que qualquer pessoa conseguiria absorver. Somos quase que forçados a navegar de *hiperlink* em *hiperlink*, ansiosos por cartografar os universos de *bits* que estão disponíveis na nossa frente. Quantas vezes você foi fazer uma pesquisa rápida ou conferir uma mensagem e pouco tempo depois se percebeu vendo algo completamente diferente?

[SLIDER]

1. Nunca aconteceu :D
2. Acontece às vezes...
3. Toda hora!

b) - É O NOME DADO PELA PREOCUPAÇÃO COMUM DE QUE, COM A VIRADA DO MILÊNIO, TODOS OS COMPUTADORES APRESENTARIAM FALHAS GRAVES QUE CAUSARIAM PROBLEMAS SÉRIOS AO REDOR DO MUNDO

[QUIZZ]

1. Travada global
2. Error 2000
3. **Bug do milênio**
4. Glitch da virada

- No fim do milênio passado, pensava-se que computadores e dispositivos eletrônicos mais antigos não conseguiriam interpretar a mudança dos dígitos na

██████████

29 de out. de 2021

Explicando a forma que eu estruturei:

1. Cada letra (a, b, c...) é uma ideia de sequência de stories;
2. Cada tópico (-) é um story da sequência;
3. Os textos em CAIXA ALTA são os textos que precedem uma ferramenta de interação;
4. Os textos em [BOLD] são as ferramentas de interação;
5. Os textos em caixa baixa são os textos de conteúdo que explicam e aprofundam um pouquinho mais o assunto da interação.

[ENQUETE/QUIZZ] = ferramenta de votação com opção de acerto e erro. As opções são enumeradas embaixo do anúncio da ferramenta e a resposta certa tá marcada em verde.

[SLIDER] = ferramenta de deslizar um emoji pra expressar a quantidade/medida de algo. É interessante porque dá pra todo mundo ver a média das respostas. As enumerações são guias que adicionamos no layout pra dividir melhor a barrinha. A ideia é que as pessoas coloquem o medidor mais perto da resposta que elas mais se identificarem.

Mostrar menos

Responda ou adicione outras pessoas com @

Fonte: PETTER et al., 2021.

Majoritariamente, os *stories* foram utilizados na divulgação da programação de *lives* da exposição, e um *quiz* interativo (Figura 71) de identificação de notícia verdadeira ou falsa foi postado como conjunto e divulgação do núcleo 3, que apresentava um segmento sobre *fake news* e agências de identificação de notícias falsas.

Figura 71: *Stories* base para o *quiz* interativo sobre *fake news*

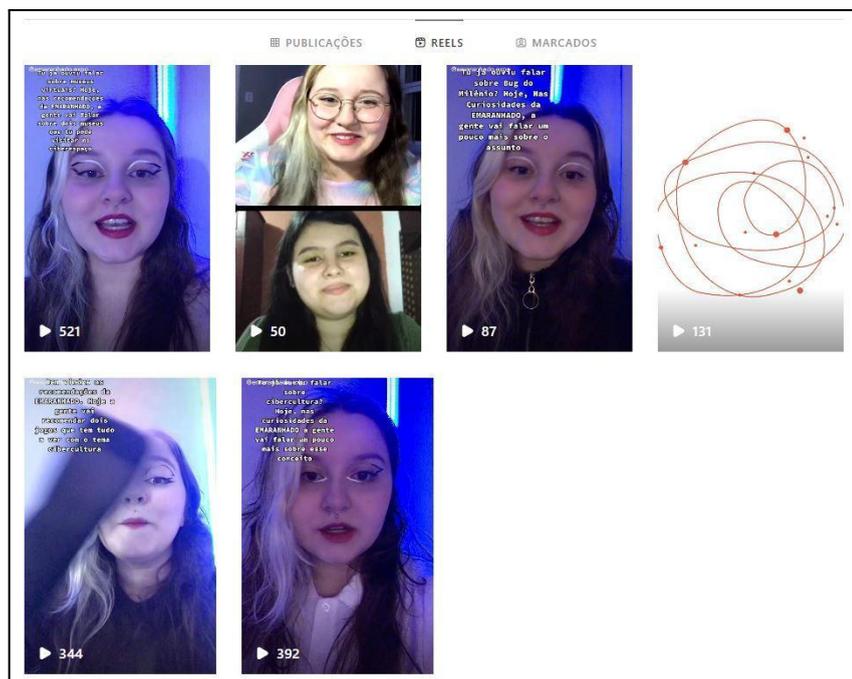


Fonte: PETTER et al., 2021.

No Relatório da exposição não há registros do número de usuários que interagiram com o *quiz* sobre *fake news* ou qualquer outro *story* postado no perfil de *Instagram* da exposição. Em um primeiro momento, o *quiz* foi postado equivocadamente, sendo compartilhada uma versão anterior à versão final e sem fazer o uso do recurso de enquete do *Instagram*. O *quiz* foi apagado e repostado corretamente horas depois.

Na aba *reels*, é possível encontrar seis vídeos (Figura 72), sendo quatro deles repostados do perfil de *TikTok* da exposição.

Figura 72: Aba reels do perfil de *Instagram* da exposição EMARANHADO



Fonte: perfil de *Instagram* da exposição EMARANHADO, 2021

Os dois outros vídeos se tratam de *lives*, uma conduzida pelas curadoras Gabriela Leindecker e Fernanda Lima, com o sorteio e divulgação do resultado da rifa. O segundo vídeo se trata de uma *live* em parceria com a exposição “Botânica: viver e sentir” do curso de Museologia/UFPel, chamada “Cybercafé da EMARANHADO”, onde uma curadora de cada exposição relatou de maneira descontraída a experiência de realizar uma exposição curricular, finalizando com 47 visualizações.

Uma segunda *live* “Cybercafé da EMARANHADO” foi realizada, abordando o desenvolvimento do material educativo da exposição. A *live* foi apresentada pelas curadoras Gabriela Leindecker e Catarina Petter, porém, devido a problemas de conexão que dificultaram a realização da *live*, o vídeo não foi arquivado pelo *Instagram*, impossibilitando o acesso às métricas.

Em março de 2023, os *reels* da EMARANHADO obtiveram 1482 visualizações no total. O vídeo de maior visualização é a repostagem do *TikTok* “Recomendações da EMARANHADO: museus virtuais”, com 521 visualizações.

O perfil da EMARANHADO foi marcado por outras contas no total de 12 vezes (Figura 73), sendo majoritariamente marcações em postagens do *Podcast Farol*, divulgando a série Farol convida EMARANHADO.

Figura 73: marcações do perfil da EMARANHADO no *Instagram*



Fonte: perfil de *Instagram* da exposição EMARANHADO, 2021

A EMARANHADO encerrou seu período de visitação totalizando 444 seguidores no *Instagram*, retendo 381 seguidores até fevereiro de 2023. O *Instagram* foi o espaço de maior êxito da EMARANHADO, somando mais seguidores na plataforma do que visitas à exposição no *site*.

É difícil afirmar um motivo específico pelo qual o número de visitantes da exposição pelo *Instagram* é maior do que o número de visitantes na plataforma principal da exposição. É possível até que a impossibilidade de inserir *links* em

postagens do *Instagram* tenha gerado desinteresse no visitante, visto que o *link* não estava acessível de imediato. Esta é uma estratégia da própria plataforma, que visa reter o usuário ao não disponibilizar *links* que o levem para fora do aplicativo.

A exposição EMARANHADO via *Instagram* possuía uma *forma* diferente da exposição via *site*. Mesmo apresentando todos os núcleos com conteúdo quase integral, a exposição ficou condicionada ao formato da plataforma e de seu algoritmo, o que pode afetar a maneira que o público recebe esse conteúdo e pode causar a descontinuidade do percurso desenvolvido ao entregar o conteúdo fragmentado e incompleto, impactando diretamente a experiência do visitante.

Temos acesso a números e métricas, os dados quantitativos, mas não sabemos ao certo como se deu a fruição/experiência a partir deste conteúdo e o aproveitamento de seus recursos expográficos desenvolvidos para transmitir o tema e a narrativa. Entretanto, precisamos compreender também que, assim como nas exposições *offline*, a narrativa pode fugir do controle curatorial no que correm soltas as possibilidades de interpretação por parte do público, considerando que “[...] as redes produziram não só mudanças na maneira como pensamos em imagens, mas quem tem a autoridade para interpretá-las” (DE OLIVEIRA, 2020, p. 122).

A estratégia de realizar a exposição no *Instagram* e em *site* ao mesmo tempo foi bastante arriscada e trabalhosa, porém reiteramos que é por meio das experimentações que nascem as novas formas e modos de fazer exposições. A bibliografia acerca de exposições e museus no *Instagram* tratam da plataforma para fins de comunicação, divulgação e registro, sendo raros ainda os próprios exercícios de exposição museológica na rede social, como, por exemplo, a exposição curricular “Botânica: viver e sentir”⁸⁴ (2021) da Museologia/UFPEL e “Montações”⁸⁵ (2022), exposição curricular da Museologia/UNIRIO.

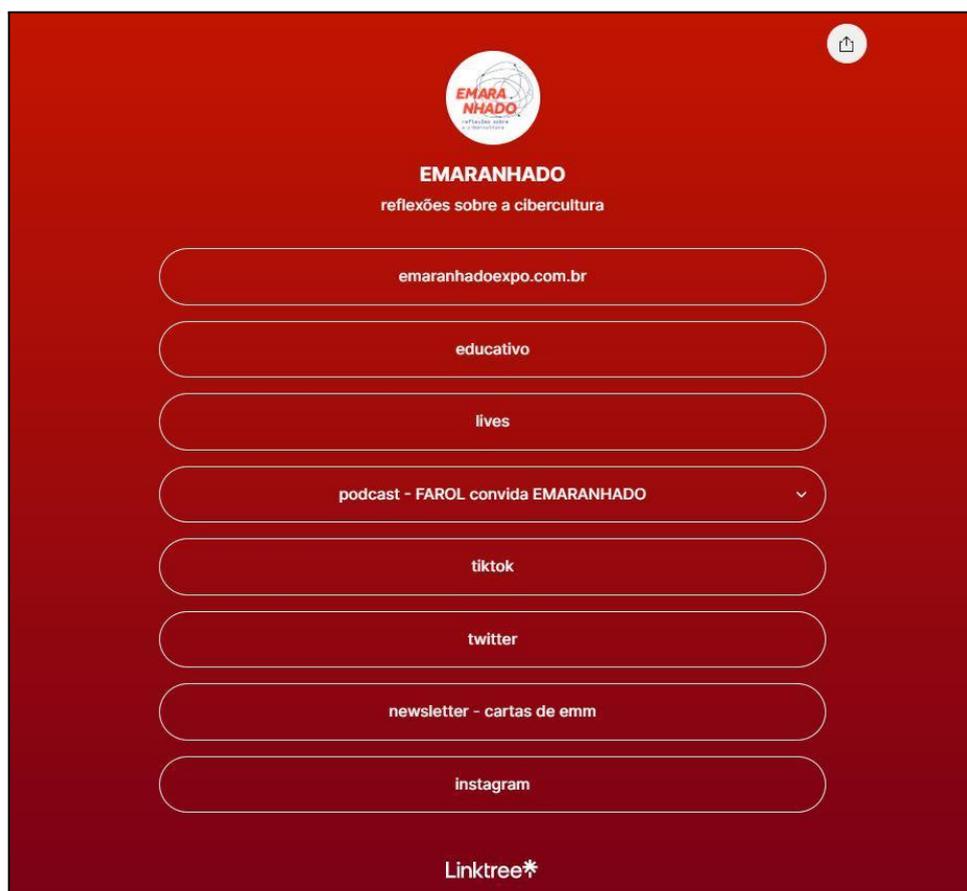
A partir do *Instagram*, clicando no *link* presente na bio, era possível acessar o perfil de *Linktree* da exposição. *Linktree* é uma plataforma que permite a disponibilização de vários *links* de acesso a páginas, documentos, perfis e afins em uma única página enquanto apresenta uma interface simples e intuitiva. O perfil de *Linktree* da EMARANHADO (Figura 74) foi utilizado na disponibilização de todos os *links* de acesso às plataformas utilizadas pela exposição e demais ações realizadas,

⁸⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/botanicaviveresentir/> Acesso em 13 de março de 2023.

⁸⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/montacoes/> Acesso em 16 de março de 2023.

como os materiais educativos, as *lives* no *Youtube* e os episódios de *podcast* em parceria com o Farol, na série “Farol convida exposição EMARANHADO”.

Figura 74: Perfil da EMARANHADO no *Linktree*



Fonte: perfil de *Linktree* da exposição EMARANHADO, 2023.

O quadro abaixo (Quadro 6) apresenta os dados de acesso por meio da plataforma *Linktree*, que contabiliza o número de cliques dos *links* e disponibiliza estes dados ao usuário. Os dados apresentados no quadro foram coletados em fevereiro de 2023 e não foram reportados no Relatório Final da exposição, sendo analisados pela primeira vez na presente pesquisa.

Quadro 6: Número de acessos via *Linktree*

Plataforma referenciada	Nome do botão/link	Número de acessos
Exposição EMARANHADO	emaranhadoexpo.com.br	160 <i>clicks</i>
Aba “Educativo” da exposição EMARANHADO com acesso aos materiais educativos.	educativo	10 <i>clicks</i>

<i>Playlist de lives no canal de YouTube do Curso de Museologia/UFRGS</i>	<i>lives</i>	<i>35 clicks</i>
<i>Playlist compilando os episódios especiais do Farol Podcast</i>	<i>podcast - FAROL convida EMARANHADO</i>	<i>26 clicks</i>
<i>Canal de TikTok da EMARANHADO</i>	<i>tiktok</i>	<i>27 clicks</i>
<i>Perfil da EMARANHADO no Twitter</i>	<i>twitter</i>	<i>9 clicks</i>
<i>Link para inscrição na newsletter Cartas de EMM</i>	<i>newsletter - cartas de emm</i>	<i>17 clicks</i>
<i>Perfil da EMARANHADO no Instagram</i>	<i>instagram</i>	<i>25 clicks</i>

Fonte: da autora, 2023.

No total, foram contabilizadas 458 visualizações do perfil da EMARANHADO no *Linktree* e 317 cliques. A partir dos dados, sabemos que 160 acessos à exposição EMARANHADO via *site* se deram por meio do *Linktree*, possivelmente por intermédio do *Instagram*, onde o *Linktree* aparecia com destaque no texto de descrição, além de ter sido plataforma de mais êxito dentre todas onde a EMARANHADO aconteceu. O *link* com menos cliques foi o do perfil de *Twitter* da exposição, o que reflete os números obtidos na plataforma, sendo a plataforma com menos procura e interação por parte do público visitante da EMARANHADO.

O *Linktree* se mostra uma plataforma dinâmica e útil em uma ação com diversas ramificações, como foi a EMARANHADO, não apenas na possibilidade de agrupar e disponibilizar diversos *links* de acesso em um único espaço de fácil navegação, mas também no que disponibiliza dados estatísticos de cliques e visualizações mesmo em seu plano básico gratuito, possibilitando uma forma de avaliação e pesquisa de público.

3.1.5 TikTok

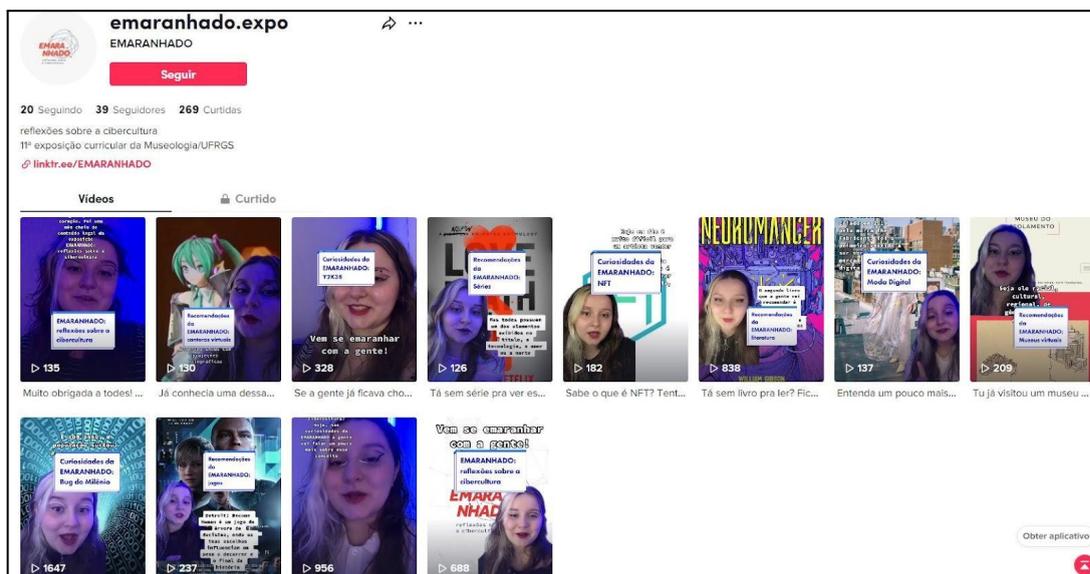
Visando experimentar e divulgar em um espaço diferente do habitual e de muita evidência nos últimos anos, a EMARANHADO fez o uso do *TikTok* para realizar uma “abordagem descontraída sobre a cibercultura” (PETTER *et al.*, 2021,

p. 207). Sob o nome de usuário @emaranhado.expo⁸⁶ (Figura 75), a exposição obteve uma média maior de visualizações quando comparado ao *YouTube*.

Os vídeos do *TikTok*, 12 no total, foram apresentados e editados pela curadora Gabriela Leindecker, que realizou uma sondagem de *hashtags* e sons mais utilizados na plataforma para incorporá-los aos vídeos da exposição. Os vídeos foram publicados ao longo de um mês e um dia, com intervalos curtos entre si. O conteúdo dos vídeos consiste em um vídeo de apresentação, um vídeo de encerramento e, entre eles, vídeos de recomendações e curiosidades intercalados.

Com o *TikTok* se tratando de uma plataforma de vídeos curtos, o vídeo mais longo compartilhado pelo perfil da EMARANHADO tem 1 minuto e 34 segundos.

Figura 75: Vídeos no perfil de *TikTok* da EMARANHADO



Fonte: perfil de *TikTok* da exposição EMARANHADO, 2021.

O quadro abaixo (Quadro 7), elaborado a partir dos dados reportados pela equipe curatorial no relatório da exposição EMARANHADO, indica o nome dos vídeos com número de visualizações, *likes* e compartilhamentos até o dia 23 de novembro de 2021.

Quadro 7: Métricas do *TikTok* da EMARANHADO em 23 de novembro de 2021

Título do vídeo	Data de publicação	Visualizações até 23/11/2021	Curtidas até 23/11/2021	Comentários até 23/11/2021	Compartilhamentos até 23/11/2021

⁸⁶ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@emaranhado.expo> Acesso em 14 de março de 2023.

EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura	11/10/2021	457	20	7	5
Curiosidades da EMARANHADO: cibercultura	13/10/2021	428	16	5	1
Recomendações da EMARANHADO: jogos	15/10/2021	212	11	1	0
Curiosidades da EMARANHADO: bug do milênio	18/10/2021	175	15	2	0
Recomendações da EMARANHADO: museus virtuais	21/10/2021	163	17	1	0
Curiosidades da EMARANHADO: moda digital	25/10/2021	117	16	2	0
Recomendações da EMARANHADO: literatura	28/10/2021	364	14	4	0
Curiosidades da EMARANHADO: NFT	04/11/2021	137	12	1	1
Recomendações da EMARANHADO: séries	06/11/2021	103	10	2	0
Curiosidades da EMARANHADO: Y2K38	10/11/2021	97	10	0	0
Recomendações da EMARANHADO: cantoras virtuais	11/11/2021	102	12	2	0
EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura	12/11/2011	104	12	3	0

Fonte: elaborado a partir de PETTER *et al.*, 2021.

Em 23 de novembro de 2021, o perfil possuía 21 seguidores e 165 curtidas. No relatório, a equipe reportou que “As visualizações dos vídeos por seções variaram de 98% a 65% na *timeline* Para Você, entre 12% a 4% na seção Perfil pessoal e apenas 1% na seção Seguindo em apenas três vídeos” (PETTER *et al.*, 2021, p. 211). Quanto à porcentagem de usuários que assistiram o vídeo completo, a menor registrada foi de 1.02%, no vídeo de introdução, e a maior, 7.77%, no vídeo de encerramento. A baixa retenção é comum no *TikTok*, onde os usuários têm facilidade de migrar rapidamente de um conteúdo para outro devido a própria interface da plataforma.

Para que realizemos um comparativo das métricas, o quadro a seguir (Quadro 8) apresenta dados recolhidos em março de 2023. O quadro inclui uma coluna para a função “Adicionar aos favoritos”, que armazena o vídeo em uma aba no perfil do usuário, podendo ser “guardado” para ser assistido novamente. A função de favoritar vídeos foi implementada no *TikTok* em um período posterior ao período de realização da EMARANHADO.

Quadro 8: Métricas do *TikTok* da EMARANHADO em março de 2023

Título do vídeo	Visualizações em março de 2023	Curtidas em março de 2023	Comentários em março de 2023	Adicionado aos favoritos em março de 2023	Compartilhamentos em março de 2023
EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura	688	25	7	2	7
Curiosidades da EMARANHADO: cibercultura	975	54	5	9	13
Recomendações da EMARANHADO: jogos	237	12	1	2	0
Curiosidades da EMARANHADO: <i>bug</i> do milênio	1647	48	5	2	1
Recomendações da EMARANHADO: museus virtuais	209	18	1	2	0
Curiosidades da	137	16	2	2	0

EMARANHADO: moda digital					
Recomendações da EMARANHADO: literatura	838	33	4	9	1
Curiosidades da EMARANHADO: NFT	182	12	1	4	1
Recomendações da EMARANHADO: séries	126	10	2	3	2
Curiosidades da EMARANHADO: Y2K38	328	17	0	1	1
Recomendações da EMARANHADO: cantoras virtuais	130	12	2	2	0
EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura	135	12	3	1	0

Fonte: da autora, 2023.

Em março de 2023, o perfil da EMARANHADO possui 39 seguidores e, no total, 269 curtidas, com 18 seguidores e 104 curtidas a mais do que no período de realização da exposição, apesar da interrupção na postagem de conteúdos com o final da exposição.

A partir dos dados exibidos nos dois quadros, podemos observar o crescimento geral no número de visualizações dos vídeos, em especial o vídeo “Curiosidades da EMARANHADO: *bug* do milênio” (Figura 76), que foi de 175 visualizações e 15 curtidas para 1647 visualizações e 48 curtidas, sendo o vídeo com o maior número de visualizações da EMARANHADO no geral, superando os números do *YouTube* e do *Instagram*.

Figura 76: *Print* do vídeo “Curiosidades da EMARANHADO: bug do milênio” no *TikTok* da exposição EMARANHADO



Fonte: perfil de *TikTok* da exposição EMARANHADO, 2021.

Importante ressaltar que, nas redes em geral, porém enfatizando o *TikTok*, “os conteúdos são impulsionados pelos algoritmos com base na popularidade e na relevância, o que faz com que precisem ser altamente envolventes para chegar a um grande público” (POLO, 2022, p. 36), assim,

A visibilidade é afetada pelos interesses pessoal e global na seleção algorítmica de conteúdo mais relevante ou “tendência”, ou seja, privilegiando conteúdo que gera rapidamente mais engajamento do usuário, atuando com base nos princípios de personalização e viralidade (POLO, 2022, p. 28).

Como o aumento do número de visualizações não foi proveniente de uma viralização, ele provavelmente se deu pela pesquisa de termos por interessados nos assuntos abordados pelos vídeos da EMARANHADO.

O *TikTok* “se destaca pelo público estratégico que alcança: cerca de 66% de seus usuários têm menos de 30 anos, uma geração de jovens conectados com idade majoritariamente entre 15 e 25 anos” (MONTEIRO, 2021, p. 49), reforçando

que, além do direcionamento adequado na criação de conteúdos para a plataforma, é preciso conhecer esta plataforma e se inteirar do formato em que o conteúdo é transmitido através dela, como as *trends*, músicas, apelo visual ao possível público-alvo e afins. No caso da EMARANHADO, a faixa etária média dos usuários do *TikTok* coincide com a dos públicos-alvo apontados no projeto da exposição.

A estudante/curadora responsável pelo conteúdo compreendia o *TikTok* enquanto usuária, o que a possibilitou aplicar a linguagem utilizada na plataforma nos vídeos produzidos para a exposição. É possível afirmar que o *TikTok* foi um acerto na comunicação da EMARANHADO especialmente quanto ao alcance de público externo à comunidade acadêmica, sendo a plataforma com o crescimento mais expressivo no período pós-visitação, além de ter sido uma plataforma inédita que ainda não havia sido utilizada por nenhuma exposição curricular da Museologia/UFRGS.

Junto ao uso do *TikTok*, a equipe curatorial da exposição considera também o não uso do *Facebook* como um acerto. A equipe curatorial da EMARANHADO decidiu por não criar uma página de *Facebook* da exposição e a divulgação através dessa rede social se deu pelo perfil do Museu da UFRGS⁸⁷, com um público consolidado por 13 mil seguidores na época de visitação da exposição.

Realizando um balanço final dos recursos comunicacionais da EMARANHADO, é significativo apontar que tempo e energia foram desperdiçados na criação de materiais que não foram publicados e em redes que não geraram retorno no que foram mal administradas, como o *Twitter*, por exemplo. Uma curadoria mais focada na produção de conteúdos para os *stories* do *Instagram* e de conteúdos para o *TikTok* poderia trazer resultados satisfatórios não apenas do ponto de vista das métricas, mas da experimentação na difusão do conteúdo.

A EMARANHADO foi a segunda exposição curricular *online* do curso de Museologia/UFRGS no ano de 2021, ainda durante a pandemia de Covid-19, em um momento de grande desgaste psicológico, e é impossível não imaginar como se daria este exercício em um momento diferente do que realmente se deu, entretanto, a *forma* da EMARANHADO está intimamente atrelada ao seu tema, tal qual o seu conteúdo e formato.

A exposição curricular é uma experiência de curta duração e, no caso da EMARANHADO, que precisou adaptar seu projeto de exposição *offline* para

⁸⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/museu.ufrgs/> Acesso em 16 de março de 2023.

exposição *online*, não havia tempo a ser desperdiçado. É importante ressaltar, também, que apesar da orientação por docentes do curso e da rede de apoio interdisciplinar que permeia cada exposição curricular, o planejamento e execução de cada ação dentro do exercício avaliativo é desenvolvido exclusivamente pelos alunos-curadores. Desta maneira, por ser um exercício coletivo, é normal que aconteçam situações atravessadas pela falta ou por ruídos de comunicação, que, a exemplo da EMARANHADO, acarretaram na quebra dos cronogramas e planejamentos propostos durante a concepção da exposição e da elaboração de suas estratégias comunicacionais.

Enquanto exercício acadêmico, a exposição curricular é, acima de tudo, uma experiência educacional e experimental. A experimentação com diferentes formatos e plataformas e os resultados obtidos, sendo eles correspondentes às expectativas da equipe ou não, são válidos e importantes no que nos permitem vislumbrar novas possibilidades para exercícios de exposição, comunicação e avaliação museológica no ciberespaço dentro e fora da graduação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As exposições curriculares são exercícios curatoriais de caráter coletivo e interdisciplinar que visam preparar os graduandos em Museologia para a concepção, planejamento, execução, montagem, desmontagem e avaliação de exposições museológicas por meio de experiências práticas. Estas exposições seguem metodologias específicas que estão consolidadas no campo no que tange, sobretudo, exposições de caráter físico. A pandemia de Covid-19, um acontecimento completamente inesperado, surpreendeu docentes, discentes e técnicos envolvidos na execução do exercício entre os anos de 2020 e 2021.

Cabe salientar a dificuldade em reunir uma bibliografia sobre as exposições curriculares, um tema que carece de investigações, tanto no sentido de conhecer e analisar experiências mais antigas quanto de problematizar as experiências mais recentes desenvolvidas pelos cursos de Museologia no Brasil. Os registros de exercícios de ciberexposições museológicas são ainda mais escassos, considerando que são raros os próprios exercícios, e isto se reflete na urgência principal deste trabalho: realizar um mapeamento das exposições curriculares realizadas pelos cursos de graduação em Museologia no Brasil no período da pandemia da Covid-19 e quais foram as plataformas utilizadas para se aproximar ao público no ciberespaço. É necessário que estas experiências específicas sejam documentadas pois elas registram não somente a memória dos cursos e das exposições curriculares em si, mas também de um acontecimento que atingiu a sociedade como um todo.

A EMARANHADO foi a última exposição dentre sete que ocorreram durante o ensino remoto realizado por cursos presenciais na pandemia de Covid-19 entre os anos de 2020 e 2021, sendo a décima segunda exposição do Curso de Museologia da UFRGS, a segunda em formato digital. No segundo semestre de 2021, quando a EMARANHADO foi realizada, o formato ainda era novidade para o Curso, mesmo com um maior embasamento teórico e metodológico quando comparada à exposição anterior, “No Escurinho do Cinema”, mesmo que ainda inseridos no campo da experimentação. No ano de 2021, época de grande tensão e desgaste em razão da pandemia, condicionado pelo calendário acadêmico da UFRGS e pelo ensino remoto, o Curso produziu duas ciberexposições sem experiência prévia.

Visto que nenhuma experiência em curadoria de ciberexposições havia sido desenvolvida por docentes do Curso até aquele momento, o que demarca características próprias do corpo docente e de suas respectivas linhas de pesquisa e projetos de extensão, é inegável que a falta de experiência do curso com exercícios de exposição museológica no ciberespaço acaba refletindo nas dificuldades técnicas e metodológicas perante um exercício em um novo formato dentro da grade curricular oferecida. Quanto à comunicação museológica, as exposições curriculares anteriores não realizaram qualquer forma de divulgação por redes sociais próprias, não possuindo perfis em redes sociais em razão de um acordo firmado com o Museu da UFRGS, visando a centralização das divulgações nas redes do Museu para evitar ruídos na comunicação com o público. Estas questões culminaram em certa falta de parâmetros e metodologias aplicáveis para as ciberexposições curriculares que, de modo geral, foram um exercício de experimentação para discentes e docentes do Curso de Museologia.

Quanto à exposição EMARANHADO, o foco na divulgação em determinadas plataformas como o *Instagram*, por meio de *stories*, e do *TikTok* poderiam ter gerado resultados diferentes quanto às métricas obtidas. Ao mesmo tempo, o curto período de duração da exposição, pesquisa e adaptação do projeto de exposição física para exposição digital não possibilitaram uma visão mais clara e ampla das possibilidades, no que a própria bibliografia e exemplos do uso destas plataformas aplicadas a ciberexposições são escassos e até inexistentes.

As ações da EMARANHADO foram atravessadas por diversos ruídos na comunicação da equipe, resultando no não cumprimento de cronogramas anteriormente elaborados e que poderiam ser efetivos. Além disso, é difícil avaliarmos se a exposição atingiu seu público-alvo, tanto pela falta de parâmetros avaliativos aplicáveis e métricas mais detalhadas, quanto pela falha da equipe ao não estabelecer contato com o público pretendido através do ciberespaço, dado que, em razão da pandemia, estes públicos dificilmente seriam alcançados de outra forma.

Quanto ao *website* da EMARANHADO, é possível que a estrutura do *site* tenha gerado confusão ou sobrecarga visual aos visitantes, mas é importante lembrar que a estrutura do *site* é uma proposta expográfica pensada para a narrativa da exposição. Desta maneira, precisamos elaborar expografias funcionais para este formato de exposição, que sejam justas com o público e com a narrativa.

Instagram e *YouTube* foram plataformas utilizadas de forma quase unânime nas ciberexposições curriculares realizadas entre 2020 e 2021, consolidando estas plataformas como referências na difusão de conteúdos audiovisuais nestes exercícios, possivelmente por já serem plataformas extremamente utilizadas no cotidiano pelo público convencional, não carecendo de conhecimentos específicos para sua utilização. Cabe também salientar que as reflexões aqui apontadas sobre o uso destas redes sociais e plataformas partem do meu ponto de vista como usuária e também como estudante-curadora da exposição EMARANHADO.

O *Instagram* foi uma plataforma utilizada por todas as ciberexposições curriculares como meio de comunicação, divulgação e também de interação direta com os visitantes por meio da seção de comentários das postagens. Quanto aos exercícios de exposição museológica no *Instagram*, destaco entre as ciberexposições curriculares a exposição “Botânica: viver e sentir” da Museologia/UFPel, realizada integralmente na plataforma, mostrando possibilidades diferentes em um espaço que outras exposições utilizaram como ferramenta de divulgação. Seis das sete ciberexposições curriculares realizaram *lives* via *YouTube*, evidenciando uma das consequências da pandemia que foi a popularização das *lives*, que seguem sendo utilizadas na realização de seminários e eventos e são uma ferramenta de acessibilidade geográfica muito potente.

A partir das métricas da exposição EMARANHADO, acredito no potencial de exercícios de ações comunicacionais no *TikTok*, um aplicativo extremamente popular que alcança o público escolar e também adulto, em um formato que comporta o limiar de atenção do público atual, que se torna cada vez mais reduzido.

É complexo afirmar maneiras mais adequadas para avaliar estas experiências por diversos motivos: o momento em que foram realizadas, a carência de bibliografia voltada à avaliação aplicada a estes formatos, a falta de dados qualitativos que nos ajudem a compreender o público, entre outros. Nesta perspectiva, reforço novamente a importância de exercitar e experimentar com este formato de exposição museológica, pois a partir deles conseguiremos constituir maneiras efetivas e cada vez melhores de avaliar e transmitir conteúdo por meio das ciberexposições.

A relação dos museus com a *internet* é ainda muito recente e há muito a ser trilhado no campo da cibermuseologia e, em razão disso, é preciso que se crie dentro da graduação um espaço para que os discentes se interessem e aprendam a

elaborar atividades no e para o ciberespaço. Além disso, é necessário que se formem profissionais que consigam atuar em qualquer tipo de museu, físico ou digital. Exercitar a cibermuseologia é o meio para que façamos uma melhor cibermuseologia, uma que inclua o desenvolvimento de estratégias comunicacionais, parâmetros avaliativos e até formas de ciberexpografias que atendam às necessidades dos públicos e da narrativa de diferentes tipos de exposições. Para isso, é imprescindível que os exercícios museológicos e museográficos no ciberespaço não cessem dentro das graduações.

Cabe reforçar o caráter da exposição curricular, que é um exercício realizado durante a graduação onde todas as ações são executadas pelos estudantes-curadores. Desta forma, é um exercício de aprendizado, e as ciberexposições curriculares foram uma forma de aprendermos com erros e acertos capazes de nos preparar para maneiras diferentes de fazer exposição.

“Experimentação” é uma palavra recorrente ao longo deste trabalho, e é necessário reforçar que ainda estamos experimentando com a *forma* das ciberexposições e tudo que as compõem, como a comunicação e a avaliação. “Possibilidade” também é um termo muito presente, enquanto é preciso que pensemos em possíveis e diferentes formas de fazer exposições no âmbito da Museologia.

REFERÊNCIAS

ALMADA, A. E. R. . A era da pós-verdade no cenário político contemporâneo. **Revista Internet & Sociedade** , v. 2, p. 116-134, 2021.

AMORIM, A. de L. T. de; ARAÚJO, M. J. da C. G. Como o isolamento social causado pela pandemia de Covid-19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: uma análise de matérias jornalísticas nacionais / How the social isolation caused by the Covid-19 pandemic impacted podcast consumption in Brazil: an analysis of national news reports. **Brazilian Journal of Development**, [S. l.], v. 7, n. 3, p. 25802–25815, 2021. DOI: 10.34117/bjdv7n3-335. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/26323>. Acesso em: fev. 2023.

BLANCO, Ángela García. **La exposición, un medio de comunicación**. Madrid: Ediciones Akal, 2009.

CHAVES, R. T.; HENRIQUES, R. N. O uso das redes sociais pelos museus virtuais brasileiros. **Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação**, n. XX ENANCIB, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/122186>. Acesso em: fev. 2023.

COSTA, Marco Aurelio Borges; SOUZA, Carlos Henrique Medeiros. **Abordagens antropológicas do ciberespaço e da cibercultura**. Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, v. 163, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/164913370240515589548494073408862492935.pdf>> Acesso em março de 2023.

COSTA, Renato P. ; CORDEIRO, L. Z. ; SILVA, C. R. B. ; SANTOS, R. J. LIVES: REFLEXÕES A PARTIR DE ATIVIDADES ACADÊMICAS POR MEIO DE CANAIS DO YOUTUBE. **INTERLETRAS** (DOURADOS) , v. 10, p. 1-14, 2022.

CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005.

DALLA ZEN, Daniel. O Curso de Museus e a Museologia no Brasil. In: **Revista Eletrônica Ventilando Acervos**, v. 3, n. 1, p. 76-91, nov. 2015.

DE OLIVEIRA, E. D. G. O museu no Instagram: arte, exposição e a visibilidade de práticas museológicas. **Museologia & Interdisciplinaridade**, [S. l.], v. 9, n. Especial, p. 103–131, 2020. DOI: 10.26512/museologia.v9iEspecial.31740. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/31740>. Acesso em: fev.2023.

DESVALLÉES, Andre; MAIRESSE, François. **Conceitos-Chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus; Conselho Internacional de Museus; Pinacoteca do Estado de São Paulo; Secretaria do Estado de São Paulo, 2013.

DESVALLÉES, André. Uma Virada da Museologia (1987) In: **Anais do Museu**

Histórico Nacional, Rio de Janeiro, v. 47, p. 49-68, 2015.

FARIA, A. C. G.; PIRES, K. T. A.; AGNES, L. M. Nós podemos! A mulher da submissão à subversão: um convite ao diálogo. **Revista da Extensão**, Porto Alegre, n. 17, p. 43-50, 2019. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/revext/article/view/90783>. Acesso em: fev.. 2023.

FARIA, Ana Carolina Gelmini de; BERTOTTO, Márcia Regina; GIOVANAZ, Marlise Maria; AQUINO, Vanessa Barrozo Teixeira. Garimpando memórias do Curso de Museologia da UFRGS: reminiscências de uma formação universitária. **Museologia e Patrimônio** Vol 15, No 2, 2022. p 141-168.

FIDELIS, Mateus André. **Um estudo sobre Non-Fungible Token (NFT)**. Orientador: Solange da Silva. Goiás, jun. 2022.

GOOGLE. **Adicionar tags aos seus vídeos do YouTube**. In: Ajuda do YouTube. 2023. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/146402?hl=pt-BR#:~:text=As%20tags%20s%C3%A3o%20palavras%2Dchave,importantes%20para%20a%20descoberta%20dele.> Acesso em:

HORNOS, Victória Lima; LEINDECKER, Gabriela Machado; MATTIA, Gabriela Meneghel Colla. In: **Caderno de Resumos Seminário Brasileiro de Museologia** (5. : 2022 : Porto Alegre, RS) [recurso eletrônico] / Ana Carolina Gelmini de Faria ...[et al.] (Organizadoras). – Porto Alegre: UFRGS. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 2022. p.333

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34. 1999. 231p.

LIMA, Najara. **Twitter e comunicação pública** [recurso eletrônico]: como microblogs tem alterado a conversação entre governos e cidadãos / Najara Lima - 1 ed. Aracaju: IFS, 2016. 159 p. : il.

LOPES, Renata Perim Albuquerque. O ambiente digital e a expografia: análise de conceitos para a exposição de acervos na internet. In: **Arcos Design**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, Janeiro 2023, pp. 120-138.

LOPES, Thainá Castro Costa Figueiredo; PADILHA, Renata. Aspectos teórico-metodológicos para o ensino de exposições virtuais: análise da exposição curricular noia. **Cidadania em Ação**: Revista de Extensão e Cultura, Florianópolis (SC), v. 5, n. 2, p. 4 – 19, jul./dez. 2021

MARTINS, D. L.; SEGUNDO, J. E. S.; SILVA, M. F.; SIQUEIRA, J. Repositório digital com o software livre tainacan: revisão da ferramenta e exemplo de implantação na área cultural com a revista filme cultura. **Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação**, n. XVIII ENANCIB, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/105154>. Acesso em: fev. 2023.

MARTINS, Dalton Lopes; CARVALHO JÚNIOR, José Murilo Costa; GERMANI, Leonardo. Projeto Tainacan: experimentos, aprendizados e descobertas da cultura

digital no universo dos acervos das instituições memoriais. **Pesquisa TIC Cultura**, p. 59-70, 2018.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. Os museus na era do Virtual. In: BITTENCOURT, José Neves; GRANATO, Marcus; BENCHETRIT, Sarah Fassa (orgs.). **Museu: Ciência e Tecnologia**. Rio de Janeiro: MHN, 2007. p.49-70.

MIRANDA, Rose Moreira de. Redes sociais de museus brasileiros: mapeamento e comportamento da cultura durante a pandemia COVID-19 no Brasil. In: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros : **TIC Cultura 2020** [livro eletrônico] = Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities : ICT in Culture 2020 / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021.

MONTEIRO, J. C. da S. APRENDIZAGEM CRIATIVA NO TIKTOK: NOVAS POSSIBILIDADES DE ENSINAR E APRENDER DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL. **Open Minds International Journal**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 47–53, 2021. DOI: 10.47180/omij.v2i1.92. Disponível em: <https://openminds.emnuvens.com.br/openminds/article/view/92>. Acesso em: fev. 2023.

MORAES, Júlia Nolasco Leitão de. Exposição Curricular em tempos de pandemia e ensino remoto: a Comunicação Museológica frente aos desafios e potencialidades da Cultura Digital no ensino em Museologia. **Museologia & Interdisciplinaridade** Vol 10, nº Especial, Dez. de 2021.

MUÑOZ, Verónica. Nuevas tecnologías al servicio del museo actual. In: **IX ICOFOM LAM**, 2002, Cuenca e Ilhas Galápagos. Museología y presentación: ¿original/real o virtual? Rio de Janeiro: Tacnet Cultural Ltda., 2003. 200 p.

NO ESCURINHO DO CINEMA. **Ninguém faz nada sozinho** [...]. Porto Alegre, 17 mar. 2021. Instagram: @expocine_escurinho. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CMhpgXEICKf/>. Acesso em: fev. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Q&A on coronaviruses (COVID-19). In: **WHO | World Health Organization**. 17 abr. 2020. Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses#>. Acesso em: fev. 2023.

PADILHA, R. C.; CASTRO, T. ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS PARA O ENSINO DE EXPOSIÇÕES VIRTUAIS. In: **Cidadania em Ação**: Revista de Extensão e Cultura, Florianópolis (SC), v. 5, n. 2, p. 4 – 19, jul./dez. 2021

PETTER et al., Catarina. **Relatório da exposição curricular Emaranhado**: reflexões sobre a cibercultura. Porto Alegre, 2022.

POLO, Fernanda. **Produção jornalística para a Geração Z**: análise de conteúdo de perfis de redações Brasileiras no TikTok / Fernanda Polo. – 2022. 123 f. Orientador: Marcelo Ruschel Träsel.

PRIMO, Alê. Afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social: intensificação do uso de mídias sociais para interação durante a pandemia de COVID-19: **Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 47, 2020.

RAMIRES, Julio Cesar de Lima. Ciberespaço e patrimônio cultural digital: algumas reflexões. **PatryTer** – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades, 2 (3), 2019. p 26-36.

RECUERO, Raquel. Comunidades Virtuais no IRC: Apontamentos para estudo. In: Liziane Guazina; Nadia Vanti. (Org.). **Comunicação e Informação: Ensaios e Críticas**. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2006, v. , p. 42-73.

RIPOLL, L.; MATOS, JOSÉ CLAUDIO. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação** (Online) , v. 13, p. 2334-2349, 2017.

SÁ, Isaura Paiva de. **NUMMUS: reflexão conceitual e institucional** / Isaura Paiva de Sá. -- Rio de Janeiro, 2020. 114 f. Orientador: Ivan Coelho de Sá. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, 2020.

SÁ, Ivan Coelho de. Curso de Museologia-UNIRIO: 90 anos de avanços e desafios. **Museologia e Patrimônio** Vol 15, No 2, 2022. p 19-49.

SIQUEIRA, Graciele Karine; orientador: Ivan Coelho de Sá. Rio de Janeiro, 2009. **Curso de Museus – MHN: 1932-1978: o perfil acadêmico-profissional**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO e do Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST. 178p.

SOUSA, Kristina Borja de. **O uso de métricas para análise de marketing digital das bibliotecas do Distrito Federal** / Kristina Borja de Sousa; orientador Greyciane Souza Lins. -- Brasília, 2022. 53 p.

TEIXEIRA, Vanessa Barrozo; FARIA, Ana Carolina Gelmini de; MACHADO, Elias Palminor. A curadoria de exposições curriculares: uma construção coletiva. In: **Anais do 2 Seminário Brasileiro de Museologia**. Recife, PE, Museu do Homem do Nordeste, 16 a 20 de novembro de 2015, p. 89-110.

TONDO, Romulo. Smartphones e pobreza digital: o consumo de telefones celulares e internet por jovens de camada popular. In: **3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: Mídias e Direitos da Sociedade em Rede**. 2015 maio 27-29; Santa Maria, Rio Grande do Sul. Santa Maria (RS):RedeCIIDI; 2015.

UZEDA, Helena Cunha de. As Exposições Curriculares como parte do ensino de Museologia: adaptação de modelos europeus e as práticas acadêmicas experimentais na UNIRIO. **Museologia e Interdisciplinaridade** Vol. 9, nº Especial/Dez. de 2020.