

ANAI
DA SEMANA DOS
MUSEUS
DA UFPEL

2022

VOLUME 6



PR
Pro-Reitoria de
EC
Extensão e Cultura

REDE
DE MUSEUS
UFPEL



**ANAIS
DA SEMANA DOS
MUSEUS
DA UFPEL**



**2023
VOLUME 6**

E-ISSN – 2674-6298

Noris Mara Pacheco Martins Leal
Eleonora Campos da Motta Santos
Isadora Costa Oliveira
Organizadoras

Edição: Noris Mara P M Leal e Marco Aurélio da Cruz Souza

Diagramação e Capa: Roberta Locateli

Foto de capa: Fotografia aérea da Praça Cel. Pedro Osório, Centro Histórico da cidade de Pelotas/RS. De autoria de Felipe Argiles Silveira. A praça que já foi denominada de Campo, Praça do Teatro, Praça da Regeneração, Praça do Redondo, Praça Dom Pedro II e Praça da República. O nome atual foi dado em 1931, em homenagem ao Coronel Pedro Luís da Rocha Osório, falecido naquele ano. Faz parte do conjunto arquitetônico pelotense, que em 2018 foi reconhecido como patrimônio cultural nacional. No seu entorno estão situados os museus da UFPEL: Museu do Doce, Museu de Ciências Naturais Carlos Ritter e Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo.

B.8. Diálogos no ciberespaço: um panorama dos museus gaúchos em ambientes digitais (2020-2021)

Vanessa Barrozo Teixeira Aquino ⁶¹

*Doutora em Educação; Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
vanessa.barrozo@ufrgs.br*

Gabriela Meneghel Colla Mattia ⁶²

*Turismóloga e Graduanda em Museologia; Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
gmcmattia@gmail.com*

Amanda Donay dos Santos ⁶³

*Graduanda em Museologia; Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
donay_amanda@hotmail.com*

Resumo: O presente trabalho visa socializar um estudo comparativo do cenário museológico gaúcho no que tange suas ações no ciberespaço durante a pandemia de COVID-19 (2020-2021) a partir de um estudo mais amplo realizado em Projeto de Pesquisa desenvolvido na Museologia/UFRGS. C dos museus no ciberespaço a partir da criação e reconfiguração de *websites*, criação de perfil em diferentes mídias sociais, com destaque para a plataforma *Instagram*, onde identificamos uma frequência nas postagens e nas dinâmicas de interatividade e engajamento junto aos públicos, além da criação de novos canais na plataforma *YouTube*, muito utilizada pelos museus para a realização de ações educativo-culturais durante a pandemia. Por fim, consideramos a presença no meio digital um compromisso social que os museus estão assumindo com seus públicos de forma mais inclusiva e dialógica, vislumbrando um significativo potencial para a comunicação museológica na contemporaneidade.

Palavras-chave: Museus. Ciberespaço. Comunicação museológica. Rio Grande do Sul. COVID-19.

Os dados apresentados nesta produção integram o Projeto de Pesquisa “Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas”

⁶¹ Professora do Curso de Museologia - FABICO/UFRGS e do Mestrado em Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA/UFRGS). Vice-Líder do Sépia UFRGS/CNPq.

⁶² Bolsista de Iniciação Científica (PROPESQ - UFRGS - Brasil).

⁶³ Bolsista de Iniciação Científica (PROPESQ - UFRGS - Brasil).

(PROPESQ/UFRGS)⁶⁴ e tem como referencial teórico-metodológico estudos de avaliação em museus (CURY, 2005; 2009; ALMEIDA, 1995) e como técnica de pesquisa levantamentos *online* realizados em diferentes plataformas com base nas instituições museológicas cadastradas no Sistema Estadual de Museus (SEM/RS) e na Rede Nacional de Identificação de Museus (ReNIM). Através desses levantamentos foi possível mapear as atividades e iniciativas dos museus gaúchos em diferentes ambientes digitais durante os anos de 2020 e 2021. Cabe salientar que ao longo desse processo de investigação foi possível identificar, conhecer e problematizar as transformações das práticas de visita à exposições, de se relacionar com a cultura material em diferentes formas, tanto físicas como virtuais e de dialogar com essas narrativas expográficas organizadas pelos museus desde o início da pandemia em março de 2020⁶⁵. Nesse contexto, o ciberespaço consta como parte do recorte espacial da pesquisa, afinal é um ambiente que possibilita a comunicação, desterritorialização, virtualização e uma nova perspectiva de cultura (LÉVY, 1999), com expressões próprias. Tanto o público quanto a instituição usufruem desse espaço quando se conectam à rede (SANTAELLA, 2004). Para atingir os objetivos da pesquisa, foram investigados *sites* institucionais, *e-mails*, páginas em mídias.

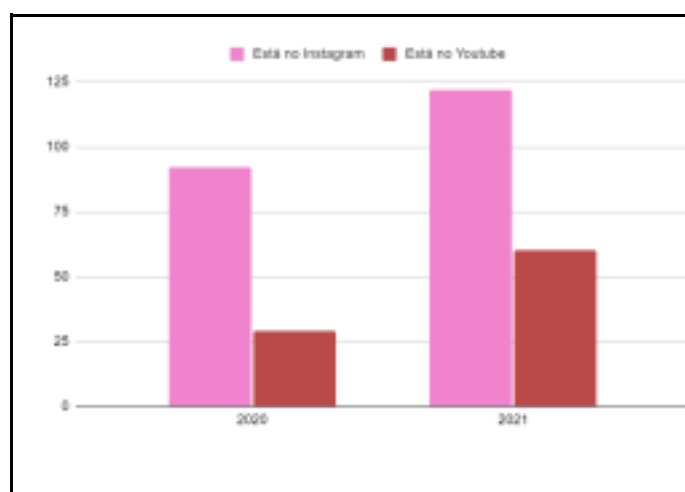
O Projeto conta com a participação das pesquisadoras: Alahna Santos da Rosa, Aline Vargas de Vargas, Julia Jaegger, Kimberly Terrany Pires, Natália Greff, Olivia Nery, Priscila Chagas Oliveira e Sofia Perseu, às quais agradecemos imensamente toda dedicação e comprometimento com a pesquisa. *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *Linkedin*, de gerência da instituição, realização de *podcasts* ou participação neles, além de *Wikipédia* e *TripAdvisor*, mídias de contribuição coletiva e a existência ou não de outros meios de comunicação

⁶⁴ O Projeto de Pesquisa [38162] Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas sob coordenação da Profa. Dra. Vanessa Aquino está vinculado à PROPESQ/UFRGS. Além das autoras desta comunicação, o Projeto conta com a participação das pesquisadoras: Alahna Santos da Rosa, Aline Vargas de Vargas, Julia Jaegger, Kimberly Terrany Pires, Natália Greff, Olivia Nery, Priscila Chagas Oliveira e Sofia Perseu, às quais agradecemos imensamente toda dedicação e comprometimento com a pesquisa.

⁶⁵ O ano de 2020 foi marcado pela presença e disseminação do novo coronavírus, também chamado de COVID-19 e Sars-CoV-2. No dia 11 de março do mesmo ano, a Organização Mundial da Saúde classificou a doença como uma pandemia (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020).

museológica, revelando presenças, ausências e descontinuidades. A amostra elencou 574 instituições museológicas que, nos possibilitaram realizar um estudo quantitativo no ciberespaço. Foi identificado *Instagram* e *YouTube* como as mídias sociais que mais cresceram durante esse recorte temporal: em 2020, 92 espaços utilizavam o *Instagram* e 29 o *YouTube*; e em 2021 o total de instituições que utilizavam as mesmas mídias chegava a 122 e 60, respectivamente (Fig. 1).

Figura 1 - Comparativo *Instagram* e *YouTube* em 2020 e 2021.



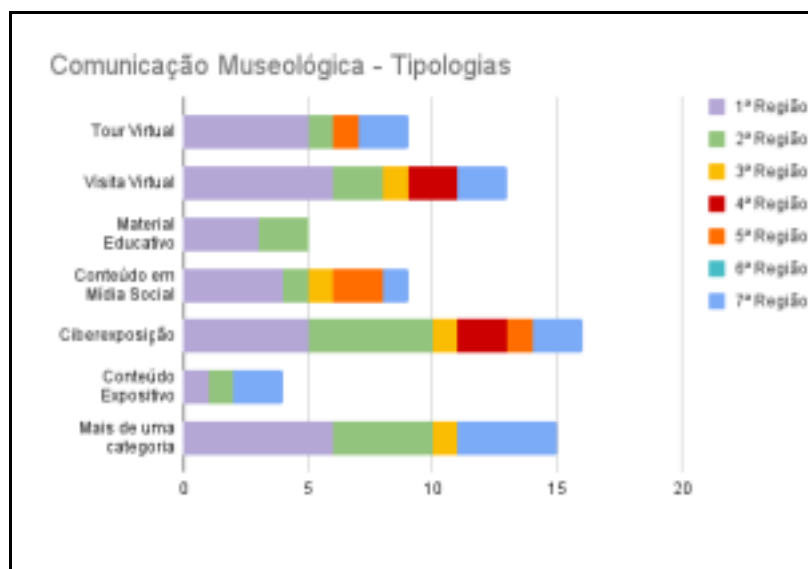
Fonte: das autoras, 2022.

Outro dado mapeado foi a quantidade significativa de coleções e acervos disponibilizados em ambientes digitais: são 58 instituições, ou seja, 10,1% dos museus gaúchos. Utilizando-se de diferentes meios e plataformas para disponibilizar seu conteúdo, os dados revelam 47 instituições que disponibilizaram seu acervo parcialmente (catálogos, algumas coleções, postagens explicativas e/ou listagens), cinco museus que compartilharam seu acervo através de ciberexposições e seis que disponibilizaram totalmente seu acervo (em repositórios digitais, sistemas próprios ou próprio *website*). Destacamos a presença do repositório Tainacan⁶⁶⁶ como uma referência utilizada em pelo menos oito instituições. No âmbito da comunicação

⁶⁶⁶ O Tainacan é um software livre que visa colaborar na preservação e comunicação de produções culturais, trata-se de uma solução tecnológica para a criação de coleções digitais na Internet. Por ser um sistema aberto e livre de custos, busca atender a realidade das instituições culturais do Brasil. É desenvolvido pelo Laboratório de Inteligência de Redes da Universidade de Brasília, com apoio da Universidade Federal de Goiás, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia e do Instituto Brasileiro de Museus. Conheça em <https://tainacan.org/>

museológica das 574 instituições analisadas no levantamento de agosto a dezembro de 2021, 72 apresentaram alguma atividade de comunicação (Fig. 2). Em comparação com o primeiro levantamento, foram 31 as instituições que ofereceram novas atividades de comunicação museológica no ciberespaço.

Figura 2 - Comunicação Museológica: tipologias



Fonte: das autoras, 2022.

A partir deste estudo comparativo conseguimos analisar o aumento significativo dos museus no ciberespaço a partir da criação e reconfiguração de *websites*, ajuste de e-mail privado para e-mail institucional, criação de perfil em diferentes mídias sociais, com destaque para a plataforma *Instagram*, além do aumento na realização de *podcasts*. Também é válido mencionar a criação de novos canais na plataforma *YouTube* e, para os que já existiam antes do início da pandemia, um aumento considerável da sua utilização para atividades educativo-culturais da instituição, como *lives*, seminários, cursos e oficinas. Um ponto de reflexão é a preservação das memórias institucionais no meio digital, uma vez que muitos dos *links* - endereços e localização de acesso às atividades propostas - são descontinuados, impossibilitando a futura retomada da informação: possível descontinuidade das próprias mídias, perda de acesso institucional ou afins. Ressaltamos, no entanto, o potencial dessas mídias gratuitas e a necessidade de valorização dos recursos humanos para a otimização das participações e usos das ações de comunicação no ciberespaço. Destacamos a dificuldade em mensurar os acessos e a demografia dos públicos, e a possível exclusão digital de grande parte

da população que não tem acesso à *internet* ou que carece de uma alfabetização digital.

Por fim, consideramos a presença no meio digital um compromisso social que os museus estão assumindo com seus públicos de forma mais inclusiva e dialógica, vislumbrando um significativo potencial para a comunicação museológica na contemporaneidade.

Referências

ALMEIDA, A. M. Estudos de Público: a avaliação de exposição como instrumento para compreender um processo de comunicação. In: **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, (5), 1995, p. 325-334. <https://doi.org/10.11606/issn.2448-1750.revmae.1995.109245>

CURY, M. X. **Exposição**: concepção, montagem e avaliação. São Paulo: Annablume, 2005.

_____. Museologia, novas tendências. In: **Museu e Museologia**: interfaces e perspectivas. Rio de Janeiro: MAST, 2009, p. 25-41.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo : Ed. 34, [1997] 1999.

MONTEIRO, Silvana Drumond. **O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito**. Data Grama Zero - Revista de Ciência da Informação. v. 8, n. 3. Jun. 2007. Disponível em https://brapci.inf.br/repositorio/2010/01/pdf_31a590c998_0007547.pdf Data de acesso: 27/04/2021.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004. Data de acesso: 27/04/2021.

SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS DO RIO GRANDE DO SUL. Apresentação. 2022. Disponível em <http://www.sistemademuseus.rs.gov.br/semrs/> Acesso 12 abr. 2022.

TAINACAN. Disponível em <https://tainacan.org/> Acesso: 14 abr. 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - WHO, 11 mar. 2020. Disponível em: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remark-s-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> Acesso em: 12 jan. 2021.