



XX ENANCIB

21 a 25 Outubro/2019 – Florianópolis

A Ciência da Informação e a era da Ciência de Dados

ISSN 2177-3688

GT-9 – Museu, Patrimônio e Informação

O USO DAS REDES SOCIAIS PELOS MUSEUS VIRTUAIS BRASILEIROS

THE BRAZILIAN VIRTUAL MUSEUMS AND THE SOCIAL NETWORKS

Rafael Teixeira Chaves - Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Rosali Henriques - Doutora (UNIRIO) Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo: Este trabalho tem como objetivo analisar as relações museológicas que se estabelecem nos museus virtuais brasileiros a partir do uso das redes sociais *online* Facebook e Instagram. O trabalho de análise foi efetuado em dois museus virtuais: o Museu da Pessoa e o Museu das Coisas Banais. Os Museus Virtuais são instituições de memória conectadas em plataformas digitais e às mídias sociais. Nesse sentido, é preciso lembrar que no museu virtual, o acervo detém especificidades e um novo contexto, pois ele é *virtualizado*. O objeto deixa de ser o centro e tornar-se objeto em potencial, tanto de comunicação quanto de exposição por meio dos processos de musealização, e neste caso exposto nas redes sociais *online*.

Palavras-Chave: museu virtual; Facebook, Instagram; ações museológicas

Abstract: This paper aims to analyze how the museological relations they establish in Brazilian museums from the use of online social networks on Facebook and Instagram. The analysis work was performed in two virtual museums: the Person Museum and the Museum of Banal Things. Virtual Museums are memory institutions connected on digital platforms and social media. In this sense, it must be remembered that no virtual museum, the collection has specificities and a new context, because it is virtualized. The object leaves the center and makes the potential object, both communication and exposure through musealization processes, and in this case exposed on online social networks.

Keywords: virtual museum: Facebook; Instagram; museum actions.

1 INTRODUÇÃO

Os museus virtuais são instituições de memória conectadas em plataformas digitais e às mídias sociais. Conforme Henriques (2004), o que diferencia um museu virtual de um *site na internet* é a capacidade de mediar o patrimônio no ambiente virtual através de ações museológicas específicas. Nesse sentido, 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. Tendo como base o conceito de André Malraux (2000) de museu imaginário, o museu virtual é um museu que privilegia a comunicação museológica *online* como forma de divulgação do patrimônio. Mas como essa comunicação museológica pode ser efetuada através das redes sociais *online*? Cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas, as redes sociais podem ter um papel importante na mediação do patrimônio pelos museus, virtuais ou não. O objetivo da pesquisa é analisar as relações museológicas que se estabelecem nos museus virtuais brasileiros a partir do uso das redes sociais Facebook e Instagram os museus virtuais são instituições de memória conectadas em plataformas digitais as mídias sociais. A museologia carece de pesquisa sobre museus virtuais, e ainda há muito o que se discutir como um conceito de museu virtual que no Brasil não existe.

Trabalhos pioneiros apresentam o uso da internet pelos museus, os museus virtuais surgem com a Nova Museologia. Autores que abordam o tema, como Monique Magaldi, Rosali Henriques, são a base para se pensar os museus na virtualidade. Esta pesquisa se justifica pela exploração deste tema que é pouco discutido na Museologia brasileira, apresentando a realidade das instituições museológicas virtuais brasileiras e como estão fazendo o uso das redes sociais.

2 O PAPEL SOCIAL DOS MUSEUS VIRTUAIS

Atualmente, o museu merece ser compreendido como novidade no uso do passado como um ponto de referência da memória coletiva local, como parte do processo de autoconstrução de uma ‘comunidade afetiva’ que se reforça no sentimento de pertencimento, experiência singular num espaço marcado por silêncios e fronteiras invisíveis. (VIEIRA, 2007, p.158). Nos museus virtuais os objetos deixam de ser o centro

das atenções. Esta transformação nas instituições museológicas proporciona um novo olhar sobre as ações museológicas, ampliando o seu repertório e prospectando aos novos visitantes novas visões. Organizar um museu que não seja apenas um lugar de contemplação, mas um lugar de reflexão e questionamento implica em uma revisão das práticas museais, direcionando para práticas inovadoras de atuação de acordo com os novos conceitos de museu, musealização e acervo, inseridos no mundo contemporâneo.

O lugar dos museus virtuais é em outro tempo, outro modo de musealização e reconhecimento pelos atores sociais de memória através de compartilhamento e dos métodos de musealização, onde os atores debatem e constroem, pois, os atores são a razão de sua própria existência. A mesa redonda de Santiago do Chile trouxe novas perspectivas à Museologia e um novo caminho ao fazer museológico. Até aquele momento, os museus eram definidos como “instituições a serviço da sociedade, da qual são parte integrante e que possuem neles mesmos os elementos que lhes permitem participar na formação de consciência das comunidades que eles servem” (ICOM, 1972, p. 105).

Nesse contexto, os museus passam a utilizar o processo de digitalização dos seus acervos musealizados e compartilhá-los em redes sociais, uma forma de expandir os limites geográficos, tornando o acervo acessível. O acervo virtual se torna uma fonte de representação das instituições museais na rede.

O conceito operacional utilizado internamente no IBRAM define museus virtuais como museus que se comunicam com o público geral somente em espaços de interação virtual. Não é considerado museu virtual, as visitas virtuais dos museus presenciais, os serviços de informação on-line oferecidos tais como catálogos virtuais, sites, portais institucionais, repositórios entre outros¹. Sites de museus com espaço físicos são suportes de comunicação destas instituições os museus virtuais são os nativos virtuais que nascem no ambiente virtual e que utilizam do site institucional como o espaço físico e as mídias sociais como suporte de comunicação e exposição com o público. As instituições museológicas virtuais utilizam, em sua maioria, o *site* como lugar e as redes sociais como a comunicação, gerando debates e diálogos, servindo para comunicar, expor e adquirir acervo para essas instituições executando os processos museais e a interação em um Lugar, reconhecendo os atores sociais e compartilhando memórias.

¹ A informação foi passada pelo e-mail rafaela.lima@museus.gov.br em 18 de abril de 2019.

Nos museus virtuais o objeto material deixa de ser o centro de atenção, como nos museus tradicionais, os museus virtuais possuem objetos em potência o que isto significa que ele desprende de um primeiro olhar museal um desejo de memória de torná-lo objeto de museu, o segundo entra os processos de musealização, tornando o material imaterial na virtualidade através da potência que se desprende deste objeto, como os museus analisados, atuam com o tema da afetividade o acervo é composto por narrativas e fotografias e passam a serem expostos online. Os processos de musealização implicam em salvar, comunicar e expor.

As redes sociais servem como suporte para exposições e para a comunicação e espaço destinado às informações de gestão do museu. Os ambientes museológicos virtuais proporcionam a acessibilidade e a difusão de informações sobre o patrimônio, constituindo os novos suportes da memória no ciberespaço. Para esta pesquisa será utilizada a metodologia de estudo de caso de dois museus virtuais, a fim de identificar e analisar os processos de musealização e como se estabelecem na virtualidade.

2.1 O método de análise

O Método utilizado foi uma análise de dois museus virtuais brasileiros, o primeiro museu virtual criado em 1991 o Museu da Pessoa, e o outra instituição mais atual o Museu das Coisas Banais criado em 2014. Como o resultado proposto é uma síntese de uma análise das relações museológicas que se formam nos museus virtuais.

Os museus virtuais incluem-se em uma nova categoria ou tipologia de museus. A musealização virtualizada ganha novos formatos e junto uma curadoria colaborativa, onde os visitantes se fazem presentes nas exposições e na criação de acervo. Os museus virtuais estão se multiplicando nos últimos anos, entretanto, seus processos de musealização carecem de sistematização e estudo. A cultura de compartilhamentos espontâneos torna esta plataforma uma experimentação de museus, assim as redes sociais não foram, neste contexto, concebidas para a preservação e nem para a conservação de arquivos digitais, mas como meios de difusão, as discussões acerca do uso das tecnologias de informação e comunicação na musealização virtual. Para Alice Duarte (2013), o museu é uma instituição social que produz sistemas de significados e o comunica publicamente. Com as redes sociais, o público pode produzir os conteúdos e receber de forma instantânea o feedback.

A comunicação museológica ganha uma nova forma de expressão e de reflexão mais próxima do público. Nessa perspectiva, Judite Primo (2014) apresenta a questão da noção do social e a Nova Museologia, os museus virtuais são parte deste novo olhar aos museus. Nessa tipologia de museus, a forma de musealização, assim como a interação com o público se altera. Os sites e as redes sociais ganham força com a difusão da internet e dos dispositivos móveis. Nesse contexto, o espaço museológico se reconfigura, modificando também o papel do museólogo no cenário museal.

2.2 O Museu da Pessoa e as redes sociais

O Museu da Pessoa é uma instituição de memória, criada em 1991, na cidade de São Paulo para abrigar histórias de pessoas anônimas ou célebres que desejam eternizar sua memória. Criado com a ideia de ser um museu virtual, o Museu da Pessoa funciona como mediador da memória do cotidiano. O seu primeiro site foi criado em 1995, bem no início da internet comercial no Brasil. Em 1996 o site foi alojado no portal UOL e ganhou uma característica fundamental que o faz pioneiro nessa atividade: a possibilidade de qualquer pessoa enviar sua própria história ou a história de outra pessoa para compor o acervo do Museu. Assim, o Museu da Pessoa abriu espaço para que qualquer pessoa pudesse eternizar sua história, transformando-se em objeto do acervo de um museu virtual. As mudanças ocorridas na plataforma digital do Museu da Pessoa ao longo da sua história puderam também agregar uma outra possibilidade: a de que o público possa não somente participar do acervo, mas também ser curador de exposições virtuais no portal do MP.

A *internet* é o espaço privilegiado de interação do Museu da Pessoa com seu público. É na internet que são realizadas parte das ações museológicas do Museu da Pessoa, uma vez que ele não é um museu totalmente virtual, mas um museu híbrido, pois proporciona ações físicas em seu espaço e outros espaços de parceiros. No entanto, mais do que revolucionar a questão do espaço museológico, a internet possibilitou ao Museu da Pessoa uma interação maior com seu público, pois permitiu ao utilizador uma participação ativa na produção de conteúdo. Em relação às redes sociais *online*, o MP possui uma postura de uso diferenciado entre o Facebook e o Instagram. No Facebook, o Museu da Pessoa apresenta trechos de história em vídeo ou com alguma foto não apenas

com o objetivo de atrair o público, mas que ele possa se satisfazer com apenas aquela “pílula” de história. Com uma página criada há mais de 10 anos, o MP possui quase 40 mil seguidores no Facebook. Para o MP, o Facebook é mais do que uma ferramenta de comunicação institucional, mas um espaço privilegiado de comunicação do seu acervo. Nesse sentido, podemos apontar que o MP usa o Facebook como um espaço expositivo de memórias. O Facebook passa, assim, a ter uma configuração de um espaço de memória. Em relação ao Instagram, pela sua própria configuração, o uso fica restrito apenas às fotografias e alguns *stories*. Com 4.800 seguidores no Instagram, o MP apresenta dois tipos de conteúdo: fotos interessantes do seu acervo com *tageamento* e *stories*. Atualmente apresenta três *stories*: uma sobre o envio de histórias do MP para o Ártico, uma sobre a exposição física “Lembra, Corpo?” e a outra sobre o Conte sua História. Embora o uso seja mais restrito do que no Facebook, até pela dinâmica da rede, também podemos verificar que as fotos do acervo publicado no Instagram são mais do que um chamariz para o conteúdo, mas uma forma de exposição virtual, onde cada foto é única e representa a memória de alguém.

2.3 Museu das Coisas Banais

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

A formação das coleções de objetos cotidianos concentra sua atenção sobre a memória narrada. Os objetos como lugares da memória possibilitam, através das imagens fotografadas, tornar presente o ausente. As lembranças do passado aparecem através das narrativas dos sujeitos que postaram a foto. Observa-se a partir do exemplo que há uma

criação e também uma nova dinâmica relacional referente ao processo de preservação da memória e do patrimônio. O compartilhamento dos objetos possibilita que outras narrativas surjam, fazendo florescer múltiplas memórias no ambiente virtual.

Os usos das redes sociais também possibilitam uma nova concepção sobre a curadoria virtual, configurada e criada com a livre participação dos usuários deste aplicativo, tornando o MCB mais próximo do seu público. Assim, essas ferramentas permitem interações em um novo formato de comunicação, promovendo a democratização do acesso às práticas do Museu das Coisas Banais. As redes sociais do Museu permitem essas novas relações entre o tempo e o espaço, além de novas relações entre os sujeitos e desses com os próprios objetos da cultura e com as instituições. Além disso, o público passa a ter um papel mais participativo, mais do que simples espectador, pois essas tecnologias aplicadas às práticas museológicas permitem uma grande interatividade entre público-museu, público-acervo e público-público. O MCB utiliza do *site* como o "lugar" pensando em um museu clássico este lugar seria onde acontecem a parte administrativas, e as redes sociais como seus suportes do Museu, como aquisição, comunicação e exposição.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os usos das redes sociais online pelos museus virtuais consideramos que os museus virtuais têm de extrapolar os limites dos seus espaços virtuais (sites ou portais), utilizando as redes sociais não apenas como ferramenta de comunicação, mas como extensão de suas ações museológicas. Nesse sentido, a projeção do objeto museal *virtualizado* expõe a noção de valor e de conservação do patrimônio ressoando o sentido de comunicação museológica transformando o público um consumidor do patrimônio digital, fazendo com que tenha acesso e que use a interação na rede para suas apropriações. Conclui-se que o campo de estudo em museus virtuais toma novos contornos com o estabelecimento da cultura digital e o fácil acesso.

Concluindo, o ciberespaço musealizado como um novo lugar de memória, onde as memórias individuais são compartilhadas de uma maneira sem precedentes. Os museus são instituições de memória e não podem ignorar essa transformação cultural

denominada cibercultura. Assim a relação entre tempo e espaço sofre uma releitura nestas instituições estão sujeitas a participação ativa na instituição pelo público.

REFERÊNCIAS

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

HENRIQUES, Rosali (2004). **Memória, museologia e virtualidade**: um estudo sobre o Museu da Pessoa. Dissertação de Mestrado em Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia.

ICOM. Mesa redonda de Santiago do Chile. **Cadernos de Sociomuseologia**, n. 15, p. 105-115, 1972.

MALRAUX, André. (2000). **O museu imaginário**. Lisboa: Edições 70.

MUSAS – **Revista Brasileira de Museus e Museologia**, n. 3, 2007. Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, 2004 v. : il. Antônio Carlos Pinto Vieira p153-160.

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

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