



Os Impactos Dos Usos Das Mídias Sociais em Museus¹

CHAVES, Rafael. (mestrando)²

MORIGI, Valdir. (doutor)³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul/Rio Grande do Sul

Resumo

A revolução tecno-informacional e comunicacional possibilitou a sociedade em rede e com ela surgiram as mídias sociais, diferentes dispositivos comunicacionais virtuais (blogs, Instagram, sites de compartilhamento, fóruns, etc.). As mídias sociais ampliaram as possibilidades de interação e participação dos cidadãos e trouxeram impactos nas instituições museais de diferentes formas, auxiliando na criação de uma cultura do compartilhamento. Os ambientes virtuais possibilitam acessibilidade e a difusão de informações sobre os patrimônios culturais, constituindo os novos suportes da memória no ciberespaço. Os usos das tecnologias informacionais e das mídias sociais trazem impactos nas instituições museológicas, direcionando, os seus agentes, as novas formas de comunicação em rede e impulsionando a um novo paradigma voltado ao acesso às informações digitais e uma nova perspectiva um novo modo do fazer museológico.

Palavras-Chave: 1. Mídias Sociais. 2. Comunicação Museológica. 3. Museus e Mídias Sociais

Introdução

A revolução tecno-informacional e comunicacional possibilitou a sociedade em rede e com ela surgiram as mídias sociais, diferentes dispositivos comunicacionais virtuais (blogs, Instagram, sites de compartilhamento, fóruns, etc.). As mídias sociais ampliaram as possibilidades de interação e participação dos cidadãos com as instituições sociais em diferentes âmbitos. Além disso, elas auxiliam na criação da cultura do compartilhamento. Entretanto, os usos das mídias sociais pelas instituições

¹ Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Digital, integrante do VII Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul, 2018.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Museologia em e Patrimônio (PPGMUSPA)/UFRGS. E-mail: rafateixeirachaves@gmail.com

³ Professor titular da DCI/ FABICO/UFRGS e do Programa de Pós-Graduação em Museologia em e Patrimônio (PPGMUSPA)/UFRGS. E-mail: valdir.morigi@gmail.com



7º ALCAR SUL 2018

7º Encontro Regional Sul de História da Mídia

museológicas, principalmente em relação as atividades de comunicação e promoção de suas exposições, acervos e eventos são recentes. O objetivo desta comunicação é trazer reflexões acerca das transformações do conceito de museu no mundo contemporâneo, considerando os impactos dos usos das tecnologias de comunicação e informação no museu ou instituições museais. Assim, lançamos a seguinte questão: quais os impactos dos usos das mídias sociais nos museus?

Até o início da segunda metade do século XX, os museus eram vistos como um local elitizado e distante das pessoas. No Brasil, os museus surgiram como enciclopédias e disponham dessa restrição de público. Segundo Julião 2006, o surgimento das primeiras instituições museológicas no Brasil (nesse país) datam do século XIX. Entre as iniciativas culturais de D. João VI está a criação, em 1818, do Museu Real, atual Museu Nacional, cujo acervo inicial se compunha de uma pequena coleção de história natural doada pelo monarca.

Ao lado do Museu Nacional, os Museus Paraenses Emílio Goeldi e Paulista alinhavam-se ao modelo de museu etnográfico, que se difundiu em todo o mundo, entre os anos 1870 e 1930. Caracterizados pelas pretensões enciclopédicas, eram museus dedicados à pesquisa em ciências naturais, voltados para a coleta, o estudo e a exibição de coleções naturais, de etnografia, paleontologia e arqueologia. (JULIÃO, 2006:20-1).

Este novo fazer museológico com o reflexo das convenções internacionais vai também refletindo no Brasil. Em 1972, em Santiago do Chile, vai se procurar dar um novo caminho ao fazer museológico.

Com estas transformações, a nova museologia, apresenta aos profissionais de museus outras formas de musealizar, de agir e se relacionar com a sociedade em que estavam inseridos, a fim de dinamizar as estruturas museológicas e reforçar o seu compromisso social, assim os museus fortalecem um novo pensamento museológico. Nessa nova perspectiva o público se torna agente, uma vez que ele se insere no contexto museológico, a partir da sua relação com o patrimônio e o mesmo inserido na narrativa expositiva, proposta pela instituição.

As transformações nos espaços museológicos, e com a disseminação das informações na internet, cada dia mais utilizada, seja por dispositivos móveis ou por



7º ALCAR SUL 2018

7º Encontro Regional Sul de História da Mídia

outros dispositivos, a comunicação virtual vem tomando conta do espaço museológico com diferentes modos de comunicar.

As mídias sociais podem aproximar os visitantes dos museus através da comunicação museológica. O museu virtual, através dos usos das tecnologias digitais, realiza a mediação entre os objetos musealizados difundidos no ambiente virtual, possibilitando que cada visitante faça a sua interpretação das informações sobre os acervos documentais da instituição. Nesse processo, a comunicação museológica auxilia na apropriação das informações ao mesmo tempo em que possibilita maior visibilidade ao patrimônio documental que está sob o seu domínio.

A reflexão está fundamentada em (JULIÃO, 2006) história dos museus, no novo formato de museu (SCHEINER, 2010), patrimônio digital Vera Dodebei (2011) cibercultura, virtual como potência e democratização das informações. (LÉVY, 1999) (NASCIMENTO, 1994) objeto museal.

Na cibercultura, os territórios e o cotidiano urbano se reconfiguram a partir da emergência de novos formatos comunicacionais, que passam a incluir as tecnologias sem fio, o espaço conectado e virtual e as redes e relações cada vez mais digitalizadas, “as cidades se desenvolvem como sociedades em rede” (LÉVY e LEMOS, 2010, p.12).

O museu virtual, através dos usos das tecnologias digitais, realiza a mediação entre os objetos musealizados difundidos no ambiente virtual, possibilitando que cada visitante faça a sua interpretação das informações sobre os acervos documentais da instituição.

Os museus virtuais na rede, a partir das plataformas oficiais trazem novas práticas ao fazer museológico, pois possibilitam novas interlocuções com os usuários e a sociedade. “O patrimônio, portanto, deve ser compreendido como o conjunto de informações que caracterizam as ordens de significado dentro de um grupo, povo ou nação”. (DODEBEI, 2005, p. 47)

Assim, patrimônio digital pode ser considerado tanto as digitalizações de acervos documentais, registros fotográficos digitais de monumentos e patrimônios, como as próprias bases de dados que armazenam e fazem a gestão desses materiais.



Museus, mídias sociais e seus impactos na era da informação

No mundo Ocidental os museus surgem através de coleções, gabinete de curiosidades, entretanto o acesso era restrito à elite. Com o passar do tempo, os museus vão se tornando instituições abertas de acesso ao público. Contudo, os museus utilizavam como suporte de informação a documentação em papel, tornando-se locais de pesquisa e de legitimação da identidade da nação.

Com o surgimento das TICs, as instituições museológicas ganham um outro suporte de salvaguarda da informação, passando os documentos em papéis, para os bancos de dados. Buscando dar mais visibilidade ao acervo museológico, e salvaguardando em outros suportes a informação, que no início era em papel e restrito ao local para consulta, assim os museus passam a ter mais transmissão de informação da instituição para o público.

Na atualidade, com as mídias sociais, a documentação museológica se torna um potencial vetor entre o material e o imaterial, pois a digitalização dos acervos, passam a ter outro valor, não somente o de salvaguardar, mas de comunicar. Os museus passam a ver as mídias sociais como um local de cativar o público sem distinção geográfica, tornando o acervo acessível a todos e não restrito em quatro paredes.

Pensar a evolução das TICs nas instituições museológicas é entender a história que os museus vão percorrendo, desde o início com os museus de ciências naturais, até os novos museus como os museus virtuais, que vão se apropriando das novas tecnologias como suportes de comunicação museológica.

A relação do público com os museus vai mudando também, o que outrora, eram só um local de contemplação onde o visitante não tinha espaço para manifestar sua interpretação. O uso das tecnologias de informação e comunicação possibilitou que o visitante dá o seu feedback instantaneamente através das mídias sociais.

Para compreendermos os impactos da sociedade em rede e as mudanças paradigmáticas nas instituições museais, partimos da história dos museus. Conforme Julião (2006), as formas de comunicação nos museus, ao decorrer do tempo, vêm



7º ALCAR SUL 2018

7º Encontro Regional Sul de História da Mídia

passando por constantes mudanças. No presente, com a perspectiva da Museologia crítica, os profissionais de museus buscam uma atualização na sua forma de agir e se relacionar com a sociedade em que estavam inseridos, a fim de dinamizar as estruturas museológicas e reforçar o seu compromisso social. Assim, os museus fortalecem um novo pensamento museológico, entre o público e a instituição, através dos usos das tecnologias de informação e comunicação museológica e o número de pessoas conectadas na rede, possibilita uma aproximação do público com os museus. Além disso, a cultura do compartilhamento possibilita uma aproximação dos museus com os visitantes.

Contudo, as instituições começam a rever seus olhares em relação aos sites de museus, inicialmente como um facilitador de comunicação de eventuais informações, tais como: informes de data, local de abertura de exposições, notícias, para um novo formato de site de museu.

O que significa que o objeto museal deverá ser compreendido pela gênese das teias de relações e, não apenas como um produto que por si só, representa um espaço tempo histórico definido *a priori* por seus aspectos físicos que são determinados numa ação documental que busca resgatar 'informações' sobre este bem cultural. (NASCIMENTO, 1994, p.30).

Em vista disso, as instituições museológicas estão conectadas, pois além de terem os seus acervos documentados, é fundamental o seu acesso, a fim de possibilitar a interação entre estas reproduções e o visitante, o qual tornar-se um ator comunicacional museológico.

Conectada, não basta as instituições museológicas terem os seus acervos documentados, o seu acesso é fundamental possibilitando uma interação com estas reproduções de seu acervo digitalizado e disponibilizado na rede. O museu virtual pode se tornar um local de reflexão e discussão acerca de objetos musealizados na virtualidade à medida em que ele incorpora novas dinâmicas que vão além da preservação dos objetos.

As mídias sociais possibilitam uma cultura de compartilhamentos, tornando dentro da plataforma digital uma experimentação de uso para museus. O uso das mídias sociais nos museus traz impactos no fazer social museológico, pois os objetos deixam de ser o



7º ALCAR SUL 2018
7º Encontro Regional Sul de História da Mídia

centro das atenções, na história dos museus os objetos são o grande centro em contrapartida na atualidade o que se musealiza são as ideias e sua fruição passam a ser o centro da instituição e o público deixa de ser o expectador para ser participante ativo.

Considerando esse contexto Henriques (2004, p.16), destaca as ações museológicas dos museus, exercidas através da Internet podem ter um alcance muito maior em comparação àquelas que são exercidas no espaço físico da instituição, pois elas podem abranger um público muito maior. Os museus que estão utilizando todas as possibilidades que a Internet oferece, criando seus próprios museus virtuais, conseguem ultrapassar de suas fronteiras físicas. Além disso, a possibilidade de uma interação maior com o público, o visitante escolhe o que ele vai ver, na ordem em que ele quer ver. Isso dá mais autonomia a ele. Essa é uma das vantagens da criação de museus virtuais, sejam eles representações virtuais de museus já existentes ou criados especialmente para a rede mundial de computadores.

Para pensar na potencialidade dos museus virtuais é necessário considerar a comunicação em museus e refletir sobre o potencial do uso de mídias sociais como ferramentas de conexão entre o museu e o público a partir do objeto musealizado. Neste novo cenário, os museus utilizam as mídias sociais como um viés para comunicação, pois enfrentam os resquícios do paradigma tradicional que distanciava o museu do visitante, neste novo modelo o público se torna parte do processo. Conforme Cury (2010, p.270):

Destaca que dessa maneira, os pólos da emissão e da recepção se equilibram em termos do poder que possuem. Por outro lado, a abordagem coloca o cotidiano do visitante como lugar primordial para se pensar a comunicação, inclusive a museológica, considerando o deslocamento do foco dos meios para as mediações culturais.

Dessa forma, o processo museal acontece através de etapas de formação de acervo, pesquisa, salvaguarda pelos processos de conservação e documentação museológica, comunicação por meios de exposição e ações educativas para o patrimônio. A musealização consiste nos processos de aquisição, documentação, e salvaguarda, com métodos museológicos de decodificação, assim como a exposição como o resultado final desse processo.



7º ALCAR SUL 2018

7º Encontro Regional Sul de História da Mídia

As instituições museológicas virtuais utilizam de outras formas de musealização, na virtualidade, muitas vezes, os processos são diferentes, como a aquisição, que se dá por um “objeto” virtualizado, e que não tem a documentação museológica, e que está sendo compartilhado nas mídias das instituições virtuais, seguindo o modelo europeu de museu, os objetos são geralmente o centro da exposição.

Na Internet é possível abrir mão da exposição tridimensional tradicionalmente usada pelos museus como forma de divulgação de seu acervo, criando novas perspectivas de apresentação do acervo. Além disso, a Internet possibilita visitas virtuais, podendo atrair mais público para a visita ‘real’. Ou seja, além de ser um cartão de visitas do museu, a Internet possibilita o acesso ao patrimônio de uma forma mais ampla. (Henriques, 2004, p.3).

Assim, é na exposição que o visitante tem a oportunidade de conhecer o processo museológico em seus conceitos básicos como aquisição, documentação, conservação e comunicação. Este fenômeno museológico é um grande desafio, com isto conhecer as formas de comunicação museológica em rede, determinando terminologias onde os usuários tenham compreensão deste novo fazer museológico.

Nos Museus a comunicação é feita quando o emissor codifica para o receptor, sendo comunicação museológica virtual ou não, ela tem que ser convidativa, que faça o visitante ficar por alguns segundos contemplando, (em síntese, procura-se a interação entre a mensagem expositiva e o visitante, para que a exposição permita uma experiência de apropriação de conhecimento). (CURY, 2010, p.39).

A exposição passou de ser realizada em um ambiente estático, pois na rede a exposição se torna mais próxima do público, com isto quero dizer que, no ambiente virtual, os visitantes se sentem mais livres para experimentar diferentes níveis de interação.

Cabe ao museólogo desconstruir, decodificar e desmistificar os elementos da teia de relações de significados, que configuram o espaço e o objeto museal, ‘de modo a levar o público a perceber esses inúmeros sentidos deles decorrentes’. Faz-se importante colocar que o trabalho do museólogo transcende este ‘espaço museal’, atingindo as próprias práticas sociais e culturais, pois é por um lado dos artefatos e por outro da ação social que as formas culturais encontram articulação. (HORTA, 1997, p.112).

Desta forma, a expografia e a comunicação museológica, pelo seu caráter de informação do conteúdo e de importância comunicacional, demonstraram que o experimento desta pesquisa, envolvendo museus e redes sociais, constituiu uma relação



social. Não só em uma curtida na página da instituição, mas se sentindo na instituição, ao fazer um comentário sobre o acervo, no envio de acervo digital, familiarizando-se com o acervo. Os museus virtualizados aproximam-se mais do público, podendo assim tornar o visitante virtual em um visitante em potencial para a instituição física, a fim dele realizar a visita nos museus, como instituição física.

Considerações Finais

As instituições museológicas no contexto da Sociedade em Rede passaram por profundas as transformações paradigmáticas em relação aos processos museais, considerando as formas de comunicação, o tratamento dos objetos, a concepção do espaço museal (salvaguarda dos patrimônios, objetos e sua contemplação), a interação com os usuários e o papel dos gestores.

Podemos afirmar que a configuração do patrimônio digital possibilitou uma relação mais próxima com seu público, através da divulgação do acervo virtualizado. Os processos interativos mediados pelas tecnologias informacionais e de comunicação também possibilitam, os visitantes serem produtores dos conteúdos expostos nos museus.

Entre os impactos dos usos das mídias sociais nos museus podemos citar a conectividade dos dispositivos digitais nos museus, pois eles oportunizaram a ampliação na democratização dos seus acervos virtuais, ampliando o seu acesso, a um maior número de pessoas. Além disso, o compartilhamento de informações digitalizadas em rede reconfigura os novos patrimônios através da salvaguarda e da comunicação em outros suportes. Assim, os usos das mídias sociais tornaram os espaços museais mais atraentes e dinâmicos.

As mídias sociais podem aproximar os visitantes dos museus através da comunicação museológica, os ambientes virtuais musealizados, possibilitam acessibilidade, difundindo o acesso ao patrimônio para além dos muros dos museus e a difusão de informações sobre o patrimônio, constituindo os novos suportes da memória no ciberespaço.



7º ALCAR SUL_2018

7º Encontro Regional Sul de História da Mídia

O museu virtual, através dos usos das tecnologias digitais, afeta as práticas e ao fazer museológico, proporcionando novas interlocuções com os usuários e a sociedade. Além disso, os usos das mídias sociais pelos museus, auxiliam na acessibilidade das informações sobre os acervos ao mesmo tempo em que possibilita a transparência nas ações museológicas e democratização destas instituições.

A mediação entre os objetos musealizados difundidos no ambiente virtual, possibilita que cada visitante faça a sua interpretação das informações sobre os acervos documentais da instituição. Nesse processo, as TICs auxiliam na visibilidade do patrimônio. Entretanto, são necessárias novas pesquisas sobre o tema dos impactos das tecnologias de informação e comunicação nos museus.

Referências

CONSELHO internacional de Museus (ICOM). *MESA-REDONDA DE SANTIAGO DO CHILE*. Santiago do Chile: ICOM, 1972.

HENRIQUES, Rosali. *Museus virtuais e cibermuseus: a Internet e os museus*. Lisboa. 2004. p. 11. Disponível em: http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus_virtuais_e_cibermuseus_-_a_internet_e_os_museus.pdf. Acesso em: 12/07/2018.

HORTA, Maria de Lourdes Parreiras. *I Seminário sobre Museus-casas*. In: Anais do I seminário sobre museus-casas. Rio de Janeiro, RJ, 1997.

JULIÃO, Letícia. Pesquisa histórica no museu. In: Caderno de diretrizes museológicas 1. Brasília: Ministério da Cultura, IPHAN, Departamento de Museus e Centros Culturais de Belo Horizonte, 2006.

KARP, Gary. A Legitimidade do Museu Virtual. *ICOM News*, Paris, v. 57, n. 3, 2004.

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

NASCIMENTO, Rosana. O Objeto museal como objeto de conhecimento. *Cadernos de Sociomuseologia*. Lisboa: v. 3, n. 3, 1994. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/>. Acesso em: 14/06/2018.



7° ALCAR SUL_2018
7° Encontro Regional Sul de História da Mídia

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). *Carta sobre a Preservação do Patrimônio Digital*: UNESCO, 2003. Disponível em: http://www2.dem.inpe.br/ijar/UNESCOCartaPreservacaoDigital_PTfinal.pdf. Acesso em: 12/07/2018.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). *Declaração Unesco/Ubc Vancouver A Memória do Mundo na Era Digital: Digitalização e Preservação*. Vancouver: UNESCO, 2012. Disponível em: <http://docplayer.com.br/8242943-Declaracao-unesco-ubc-vancouver-a-memoria-domundo-na-era-digital-digitalizacao-e-preservacao.html> . Acesso em: 12/07/2018.