

MEMÓRIA & PATRIMÔNIO: LUGARES, SOCIABILIDADES E EDUCAÇÃO VOLUME I

COORDENADORAS

*Juliane Conceição Primon Serres
Maria Letícia Mazzucchi Ferreira*

ORGANIZADORES

*Darlan de Mamann Marchi
Eduardo Roberto Jordão Knack
Rita Juliana Soares Poloni*

ASSIS BRA

Entre as c
aniversário do
sil, o Curso No
lei no Estádio
Brasil no próxi
Estarão p
Escolas Normal
Camaquã, Bagé
e São Lourenço


Editora
UFPel

**MEMÓRIA &
PATRIMÔNIO:**

LUGARES, SOCIABILIDADES
E EDUCAÇÃO

Volume I



Reitoria

Reitor: *Pedro Rodrigues Curi Hallal*
Vice-Reitor: *Luis Isaías Centeno do Amaral*
Chefe de Gabinete: *Tais Ullrich Fonseca*
Pró-Reitor de Graduação: *Maria de Fátima Cossio*
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação: *Flávio Fernando Demarco*
Pró-Reitor de Extensão e Cultura: *Francisca Ferreira Michelin*
Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento: *Otávio Martins Peres*
Pró-Reitor Administrativo: *Ricardo Hartlebem Peter*
Pró-Reitor de Infra-estrutura: *Julio Carlos Balzano de Mattos*
Pró-Reitor de Assuntos Estudantis: *Mário Renato de Azevedo Jr.*
Pró-Reitor de Gestão Pessoas: *Sérgio Batista Christino*

Conselho Editorial

Presidente do Conselho Editorial: *Ana da Rosa Bandeira*
Representantes das Ciências Agrárias: *Guilherme Albuquerque de Oliveira Cavalcanti* (TITULAR), *Cesar Valmor Rombaldi* e *Fabício de Vargas Arigony Braga*
Representantes da Área das Ciências Exatas e da Terra: *Adelir José Strieder* (TITULAR), *Juliana Pertille da Silva* e *Daniela Buske*
Representantes da Área das Ciências Biológicas: *Marla Piumbini Rocha* (TITULAR), *Rosangela Ferreira Rodrigues* e *Raquel Ludke*
Representantes da Área das Engenharias e Computação: *Darci Alberto Gatto* (TITULAR) e *Rafael Beltrame*
Representantes da Área das Ciências da Saúde: *Claiton Leoneti Lencina* (TITULAR) e *Giovanni Felipe Ernst Frizzo*
Representantes da Área das Ciências Sociais Aplicadas: *Célia Helena Castro Gonsales* (TITULAR) e *Sylvio Arnaldo Dick Jantzen*
Representante da Área das Ciências Humanas: *Charles Pereira Pennaforte* (TITULAR), *Edgar Gandra* e *Guilherme Camargo Massau*
Representantes da Área das Linguagens e Artes: *Josias Pereira da Silva* (TITULAR) e *Maristani Polidori Zamperetti*

**MEMÓRIA &
PATRIMÔNIO:**
LUGARES, SOCIABILIDADES
E EDUCAÇÃO

Volume I

COORDENADORAS

Juliane Conceição Primon Serres
Maria Letícia Mazzucchi Ferreira

ORGANIZADORES

Darlan de Mamann Marchi
Eduardo Roberto Jordão Knack
Rita Juliana Soares Poloni



**Editora
UFPel**

Filiada à A.B.E.U.

Rua Benjamin Constant, 1071 - Porto
Pelotas, RS - Brasil
Fone +55 (53)3284 1684
editora.ufpel@gmail.com

Chefia

Ana da Rosa Bandeira
Editora-Chefe

Seção de Pré-Produção

Isabel Cochrane
Administrativo

Seção de Produção

Suelen Aires Böettge
Administrativo
Anelise Heidrich
Revisão

Guilherme Bueno Alcântara (Bolsista)
Design Editorial

Seção de Pós-Produção

Morgana Riva
Assessoria
Madelon Schimmelpfennig Lopes
Administrativo

Revisão Técnica

Ana da Rosa Bandeira

Revisão Ortográfica

Anelise Heidrich

Projeto Gráfico

Guilherme Bueno Alcântara
Suélen Lulhier

Diagramação & Capa

Guilherme Bueno Alcântara

Dados de Catalogação na Publicação
Simone Godinho Maisonave – CRB-10/1733

M533 Memória & patrimônio [recurso eletrônico] : lugares, sociabilidades e educação: Volume I. / coordenadoras: Juliane Conceição Primon Serres e Maria Leticia Mazzucchi Ferreira ; Organizadores: Darlan de Mamann Marchi, Eduardo Roberto Jordão Knack e Rita Juliana Soares Poloni - Pelotas: Ed. da UFPel, 2019. 240 p.

E-Book (PDF)
ISBN: 978-85-517-0060-0 (v.1)

1. Memória 2. Patrimônio 3. Educação 4. Cultura 5. Museus 6. Arquivos I. Serres, Juliane Conceição Primon, coord. II. Ferreira, Maria Leticia Mazzucchi, coord. III. Marchi, Darlan de Mamann, org. IV. Knack, Eduardo Roberto Jordão, org. V. Poloni, Rita Juliana Soares, org.

CDD 363.69

Patrimônio e Musealização Virtualizada

*Valdir Morigi*¹⁸

*Rafael Chaves*¹⁹

Introdução

A revolução tecnoinformacional 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.).

Essa revolução comunicacional museológica começa a traçar diretamente com os museus na rede, a criação de sites e plataformas museais ganham um novo fazer, com propostas de interlocuções diferentes. As mídias sociais ampliaram as possibilidades de interação e participação do público com as instituições museais virtualizadas em diferentes âmbitos. Os ambientes virtuais possibilitam acessibilidade e a difusão de informações sobre o patrimônio cultural, constituindo os novos suportes da memória no ciberespaço. Entretanto, os usos das mídias sociais pelas instituições museológicas são recentes. As instituições museológicas começam a utilizar as mídias sociais para divulgações de suas exposições e horários

18. Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - FABICO. Departamento de Ciências da Informação. Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo – USP. Professor titular do DCI/FABICO/UFRGS e do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA)/UFRGS. E-mail: valdir.morigi@gmail.com

19. Universidade Federal do Rio Grande do Sul-UFRGS, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação- FABICO. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA)/UFRGS. Email: rafateixeira-chaves@gmail.com

de funcionamentos. As novas tecnologias revelam às instituições museais novas possibilidades de aumentar o seu contato com os visitantes, a partir da velocidade de comunicação no ciberespaço. Com essa visão, cada vez mais os museus buscam investir nas ferramentas virtuais, de forma a aumentar a sua conexão com os visitantes, tendo em vista que estes podem acessar a instituição em tempo real e de qualquer lugar, desde que estejam conectados à internet.

Com as transformações nos espaços museológicos na contemporaneidade, e com a disseminação das informações na internet, cada dia mais utilizada, seja por dispositivos móveis ou por outros dispositivos, a comunicação virtual vem tomando conta dos espaços museológicos.

As tecnologias info-comunicacionais trouxeram mudanças na forma de perceber os espaços museais, alterando o próprio conceito de museu no mundo contemporâneo a partir da constituição dos museus virtuais. Nesse sentido, levantamos as seguintes indagações: A partir das plataformas digitais e do compartilhamento de informações como se configuram os novos patrimônios a partir dos museus e dos acervos virtualizados?

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.

Os museus virtuais na rede, a partir das plataformas oficiais trazem novas práticas ao fazer museológico, pois permitem novas interlocuções com os usuários e a sociedade.

O compartilhamento de informações digitalizadas em rede permite o acesso e também a preservação dos documentos originais, pois pode diminuir a manipulação dos objetos. Assim, os usos das mídias sociais pelos museus, auxiliam na acessibilidade das informações sobre os acervos ao mesmo tempo que possibilitam mostrar transparência nas ações museológicas e democratização destas instituições.

Museus Virtualizados

As formas de comunicação nos museus, ao decorrer do tempo, vêm passando por constantes mudanças. Os museus passam a utilizar da digitalização de seus acervos, e compartilhando nas suas mídias, possibilitando a quebra do limite geográfico, tornando o acervo acessível. Apresentando um novo cenário museal, onde o acervo virtual se torna uma fonte de representação das instituições museais.

No presente, com a perspectiva da museologia crítica, com os usos das tecnologias de informação e comunicação aumentou o número de pessoas conectadas na rede, possibilitando uma aproximação dos cidadãos com os museus. A cultura do compartilhamento auxilia na interação dos visitantes com os museus. Entretanto, o uso das mídias sociais nas instituições museológicas brasileiras é algo recente e as discussões sobre o tema precisam avançar. Os gestores das instituições começam a rever seus olhares em relação aos sites de museus, inicialmente como um facilitador de comunicação de eventuais informações,

tais como: 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)

Os museus virtualizados, são instituições virtuais que se apropriam das redes sociais como suporte de interação e disseminação do acervo museológico digital.

Para Carvalho (2008) a evolução da comunicação dos museus na Internet é atualizada também por análise de artigos da mídia impressa e online. Segundo a autora, o museu virtual é aquele construído sem equivalência no espaço físico, com obras criadas digitalmente, não sendo substituto equivalente ou evolução dos primeiros.

A mudança paradigmática acerca dos formatos que museus assumem, questiona esses espaços como apenas locais para contemplação. Ele é, acima de tudo, um espaço de possibilita questionamentos e reflexões sobre a vida e o cotidiano. 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.

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.

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.

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 centro das atenções, em contrapartida as ideias e sua fruição passam a ser o centro da instituição e o público deixa de ser o expectador para ser participante ativo.

Assim como profissionais de museus, há um novo olhar sobre o fazer museológico a partir dos acervos na rede, com isso vários museus brasileiros estão adotando este novo modo de comunicar. Portanto, a comunicação se tornou mais ampla e com espaço para que o visitante tenha mais interação no feedback.

A projeção do objeto museal virtualizado expõe a noção de valor e de conservação do patrimônio ressoando o sentido desse tipo de comunicação, através da qual o público se torna um consumidor digital, usando a interação na rede para suas apropriações.

Pensar a comunicação em museus é refletir e questionar o potencial do uso de mídias sociais como ferramentas de conexão entre o museu e o público a partir do objeto musealizado. Nesse novo cenário, os museus utilizam as mídias sociais como um viés para comunicação, pois enfrentam os resquícios do paradigma anterior que distanciava o museu do visitante - nesse novo modelo o público se torna parte do processo. O processo museal ocorre 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 cultural.

A exposição é o resultado da soma de diferentes métodos museológicos que dão fruto a ela. É uma forma de comunicação do que está sendo exposto, onde os museus expõem objetos materializados, seguindo o modelo europeu, no qual os objetos são geralmente o centro da exposição.

Assim, é na exposição que o visitante tem a oportunidade de conhecer o processo museológico em seus conceitos básicos como a aquisição, a documentação, a conservação e a comunicação. Esse fenômeno museológico é um grande desafio, pois é necessário conhecer as potencialidades das formas de comunicação museológica em rede, adotando terminologias para que os usuários tenham compreensão desse 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).

Os museus virtualizados, portanto, são potência de patrimonialização. Em sua história, a comunicação com público estabelecia uma relação de receptor passivo da informação e a instituição o transmissor que já apresentava um código pronto para o acesso, sem que o público pudesse passar suas impressões sobre os acervos.

Segundo Horta (1997, p.112), 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.

Dessa forma, a expografia e a comunicação museológica, pelo seu caráter de informação do conteúdo e de importância comunicacional, permitem que esse estudo sobre os museus e as redes sociais seja concebido como fonte constituidora de novas sociabilidades.

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. Não só em uma curta página da instituição, mas se sentindo na instituição, ao fazer um comentário sobre o acervo, no envio de acervo digital, familiarizando-se com o mesmo, além de, como se notou na pesquisa, muitas vezes tornar-se, além de virtual, um visitante em potencial em museus físicos.

‘Museu Virtual’ é uma poderosa metáfora que pode ser aplicada para a apresentação de atividade criativa assim como repositório de conhecimento. Certamente é no melhor interesse da comunidade museológica estabelecida aproveitar este potencial em vez de travá-lo (KARP, 2004).

Pensar a comunicação em museus é refletir e questionar o potencial do uso de mídias sociais como ferramentas de conexão entre eles e o público a partir do objeto musealizado. Nesse novo cenário, os museus utilizam as mídias sociais como um viés para comunicação, pois enfrentam os resquícios do paradigma anterior que o distanciava do visitante. Nesse novo modelo o público se torna parte do processo.

Assim, a rede deve ser aproveitada para estabelecer relações sociais através da virtualidade, musealizando em novos formatos e novas ferramentas. Os museus virtuais são potências de comunicação museológica de comunicar, expor e salvaguardar.

Conclusão

É possível identificar que a cultura do compartilhamento, através de plataformas digitais museológicas, traduz uma nova forma de mediação entre instituição museal virtualizada e o público usuário das mídias sociais. No cenário atual se configuram os novos patrimônios digitais, criando uma relação mais próxima com seu público. A divulgação do acervo virtualizado gera novos arranjos através dos níveis de interações disponíveis na rede, como comentários, curtidas, compartilhamentos. Isso possibilita aos visitantes participarem da construção dos conteúdos através de suas experiências de vida, o que pode gerar laços sociais via a virtualidade.

Os acervos das instituições museológicas virtualizadas passam por uma reprodução que possibilitam aos objetos saírem da sua materialidade, ainda que a materialidade objetual seja forte nos museus tradicionais. Na era da conectividade, eles passam a serem representados digitalmente, constituindo os novos patrimônios culturais digitais. Assim, os museus virtuais podem democratizar os seus acervos e torná-los acessíveis para toda a população usuária das mídias. A virtualidade passa a se constituir em um suporte, tornando o fazer museológico mais dinâmico.

O compartilhamento nas mídias sociais das instituições museais possibilita uma maior aproximação dos usuários com o museu. Além disso, possibilita que as instituições museais conheçam quem são seus públicos virtuais. O compartilhamento de informações digitalizadas em rede permite a preservação dos documentos originais, pois pode diminuir a manipulação dos objetos. Assim, o uso das mídias sociais pelos museus auxilia na acessibilidade das informações sobre os acervos ao mesmo tempo em que possibilita mostrar transparência nas ações museológicas e democratização dessas instituições.

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).

Os museus passam a utilizar da digitalização de seus acervos, compartilhando nas suas mídias, possibilitando a quebra do limite geográfico, tornando o acervo virtual acessível. Nesse novo cenário, os acervos virtuais se tornam uma fonte de

representação das instituições museais virtualizadas. Entretanto, novos estudos fazem-se necessários para desvendar os impactos das tecnologias de informação e comunicação nos espaços museais.

O museu virtual, através dos usos das tecnologias digitais, afeta as práticas e o fazer museológico, proporcionando novas interlocuções com os usuários e a sociedade. Além disso, o uso das mídias sociais pelos museus auxilia na acessibilidade das informações sobre os acervos ao mesmo tempo em que possibilita a transparência nas ações museológicas e democratização dessas 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 os impactos das tecnologias de informação e comunicação nos museus.

Referências

- CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. Comunicação e informação de museus na Internet e o visitante virtual. In: **MUSEOLOGIA E PATRIMÔNIO** - vol. I no 1 - jul/dez de 2008. Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS Unirio - MAST. 2008. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus>> Acesso em: 17.01.2019
- CONSELHO internacional de Museus (ICOM). **MESA-REDONDA DE SANTIAGO DO CHILE**. Santiago do Chile: ICOM, 1972.
- CURY, Marília, Xavier. Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórica de educação patrimonial. In: SOARES, a.l.r, e Klamt, s.c

- Brasília, v3, n1, p. 27-46, jan/dez. 2010. Disponível em: <http://docplayer.com.br/8242943-Declaracao-unesco-ubc-vancouver-a-memoria-do-mundo-na-era-digital-digitalizacao-e-preservacao.html> . Acesso em: 12/07/2018.
- HENRIQUES, Rosali. **Museus virtuais e cibermuseus: a Internet e os museus**. Lisboa. 2004. p. 11. Disponível em: http://www.museudapesoa.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, Leticia. 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. In: **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.
- Monique B. Magaldi. **Navegando no Museu Virtual: um olhar sobre formas criativas de manifestação do fenômeno Museu**. 2010 perspectiva.
- NASCIMENTO, Rosana. O Objeto museal como objeto de conhecimento. In: **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.
- 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.
- PIERRE, Lévy. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.
- PIERRE, Lévy. **O Que é Virtual**. São Paulo: Editora 34, 2011.
- PINHEIRO, Marcos José. **Museu, Memória e esquecimento: um projeto da modernidade**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.
- PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf. Acesso em: 09 jul.

2015, 20:15.

POMIAN, Krzysztof. Coleção. In: **Enciclopédia Einaudi**, volume 1, Memória História. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1997.