

CARMEM G. BURGERT SCHIAVON
OLIVIA SILVA NERY
JOSÉ CARLOS DA SILVA CARDOZO
WAGNER FELONIUK
LAIANA PEREIRA DA SILVEIRA (ORGS.)

PATRIMÔNIOS EM PERSPECTIVAS: HISTÓRIAS, MEMÓRIAS E IDENTIDADES



casaletras

Copyright ©2021 dos organizadores.

Todos os direitos reservados e protegidos pela lei nº 9.610 de 19/02/1998. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora ou do(s) autor(es), poderá ser reproduzida ou transmitida, sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros.

Direitos de publicação cedidos somente para a presente edição à Editora Casalettras.

Importante: as opiniões expressas neste livro, que não sejam as escritas pelos organizadores em seus capítulos, não representam ideia(s) destes. Cabe, assim, a cada autor a responsabilidade por seus escritos.

Projeto gráfico, diagramação e capa:
Juslaine Tonin e Wagner Feloniuk

Fotografia da capa:
Olivia Silva Nery

Revisão:
Dos autores

Editor:
Marcelo França de Oliveira

Conselho Editorial Casalettras
Prof. Dr. Amurabi Oliveira (UFSC)
Prof. Dr. Aristeu Elisandro Machado Lopes (UFPEL)
Prof. Dr. Elio Flores (UFPB)
Prof. Dr. Fábio Augusto Steyer (UEPG)
Prof. Dr. Francisco das Neves Alves (FURG)
Prof. Dr. Jonas Moreira Vargas (UFPEL)
Profª Drª Maria Eunice Moreira (PUCRS)
Prof. Dr. Moacyr Flores (IHGRGS)
Prof. Dr. Luiz Henrique Torres (FURG)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P2757 Patrimônios em perspectivas: histórias, memórias e identidades / Carmem G. Burgert Schiavon, Olivia Silva Nery, José Carlos da Silva Cardozo, Wagner Feloniuk e Laiana Pereira da Silveira (Orgs.). [Recurso eletrônico] Porto Alegre: Casalettras, 2021.

719 p.
Bibliografia.
ISBN: 978-65-86625-34-9

1. História - 2. Patrimônio - 3. Memória - 4. Identidade - I. Schiavon, Carmem G. Burgert *et al.* - II. Título

CDU: 351.853(81)

CDD: 363.981



EDITORA CASALETTRAS
R. Gen. Lima e Silva, 881/304 - Cidade Baixa
Porto Alegre - RS - Brasil CEP 90050-103
+55 51 3013-1407 - contato@casalettras.com
www.casalettras.com

MUSEUS EM [IM]PREVISÍVEL TRANSFORMAÇÃO: AS PROPOSIÇÕES DOS MUSEUS GAÚCHOS NO CIBERESPAÇO DURANTE A 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS

Vanessa Barrozo Teixeira Aquino⁶⁴

Gabriela Meneghel Colla Mattia⁶⁵

Aline Vargas de Vargas⁶⁶

Introdução

Neste trabalho, apresentamos uma análise sobre a proposta temática do evento 14ª Primavera dos Museus no que se refere a oferta de exposições e atividades educativo-culturais em ambientes digitais. Partiu-se do levantamento realizado no Projeto de Pesquisa *Forma e Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas*⁶⁷, que contabilizou as iniciativas de comunicação museológica, com ênfase nas exposições *online* produzidas até agosto de 2020, pelos museus do Rio Grande do Sul. A partir desta pesquisa macro, partiu-se para uma análise pontual voltada para as iniciativas de exposições cadastradas no evento 14ª Primavera dos Museus⁶⁸, do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram)⁶⁹. Nesse sentido, o presente estudo visa identificar quais instituições propuseram atividades dentro da programação do evento, bem como, pontuar quais delas ofereceram exposições *online* e quais foram as ferramentas e plataformas que viabilizaram sua realização no ciberespaço. Logo, essa investigação parte de

⁶⁴ Museóloga, Mestra e Doutora em Educação (UFPeI). Professora do Curso de Bacharelado em Museologia e do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Vice-Líder do Grupo Sépia UFRGS/CNPq. Contato: vanessa.barrozo@ufrgs.br

⁶⁵ Graduada em Gestão em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS). Graduanda de Bacharelado em Museologia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), bolsista da PROPESQ - UFRGS - Brasil no Projeto Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas. Contato: gmcattia@gmail.com

⁶⁶ Museóloga e Mestranda no Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio/ PPGMusPA pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atua como pesquisadora e estagiária docente na Graduação em Museologia da mesma Universidade. Contato: alinevargas@ufrgs.br

⁶⁷ O Projeto de Pesquisa [38162] *Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas* sob coordenação da Profa. Dra. Vanessa Aquino está vinculado à PROPESQ/UFRGS. Em razão da Pandemia, adaptou seus objetivos específicos, passando a contemplar também as ações de comunicação museológica realizadas pelas instituições museológicas gaúchas durante o período de isolamento social. A pesquisa fez levantamentos virtuais de junho a agosto de 2020, em todas as instituições cadastradas no Sistema Estadual de Museus (SEM-RS) e na Rede Nacional de Identificação de Museus (RENIM). Além das autoras do artigo, o Projeto conta com a participação das pesquisadoras: Alahna Santos da Rosa, Kimberly Terrany Pires, Olivia Nery, Natália Greff, Priscila Chagas Oliveira, e Sofia Perseu, às quais agradecemos imensamente toda dedicação e comprometimento com a pesquisa.

⁶⁸ O evento anual possui como objetivo “Promover, divulgar e valorizar os museus brasileiros; aumentar o público visitante; intensificar a relação dos museus com a sociedade” (IBRAM, 2019), onde, a cada ano, uma temática é escolhida para nortear as ações dos museus. Ocorrendo durante uma semana no mês de setembro, desde a primeira edição em 2007, aborda questões direcionadas à diversidade de acervo, meios de comunicação, relações de espaço, debatendo, inclusive, o funcionamento dos espaços museais

⁶⁹ Criado em 2009, herdou responsabilidades e deveres do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em relação à gestão de museus federais e, a partir das discussões com “pessoas e entidades vinculadas à museologia, meio universitário, profissionais da área e secretarias estaduais e municipais de cultura”, também ficou responsável pela promoção da Política Nacional de Museus.

uma análise quantitativa de caráter exploratório, com ênfase em um estudo de caso delimitado na 14ª edição do evento. As fontes utilizadas foram bibliográficas e documentais, onde foram analisadas publicações sobre o tema e os perfis *online* das instituições⁷⁰.

É significativo pontuar que em 2020, durante a pandemia⁷¹, ocorreu a 14ª edição da Primavera dos Museus, sob o tema “Mundo Digital: Museus em Transformação”, a qual contou com a participação de 520 instituições museológicas que cadastraram 1.385 eventos. No Rio Grande do Sul foram 127 eventos organizados por 67 instituições⁷² (COSTA, 2021).

Em meio à realidade de instituições fechadas ao público externo, notou-se a importância das ações *online* para que a comunicação continuasse a ocorrer, de forma a oferecer a possibilidade de manter o diálogo com a sociedade. Assim, o que anteriormente ao período de isolamento social era somente uma opção ainda pouco explorada pela maioria dos museus brasileiros⁷³ passou a ser um de seus únicos meios viáveis de comunicação. Pensando nisso, a 14ª Primavera dos Museus lançou luz para uma reflexão que passou a ser central nas tomadas de decisões comunicacionais: a atuação no ciberespaço.

Ao observarmos esse cenário desafiador que os museus enfrentam desde o início da pandemia, torna-se essencial que pesquisas, levantamentos e análises sejam feitos, a fim de observar as múltiplas potencialidades, limites e reverberações do uso das tecnologias para potencializar a comunicação museológica e, da mesma forma, que estudos sejam elaborados em níveis regional e nacional, tanto quantitativa quanto qualitativamente. Pesquisas sobre esse momento ímpar na história dos museus são necessárias para compreender a postura e mesmo qual a função das instituições museológicas em seu sentido mais amplo, isto é, como estas se articulam para manterem-se relevantes à sociedade mesmo quando encontram-se de portas fechadas. Assim, ao suscitar o pensamento crítico, fomenta-se a reflexão acerca da função social

⁷⁰ Para saber mais, acesse: <https://www.museus.gov.br/acessoainformacao/acoes-e-programas/primavera-dos-museus/>. Acesso em 15 de Nov. de 2020.

⁷¹ 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, 2020a). Na época da declaração existiam mais de 118 mil casos e 4.291 mortes em mais de 114 países. Quase um ano e meio após a constatação da situação pandêmica, os números assustam ainda mais: foram confirmados 202.608.306 casos e 4.293.591 mortes em 223 países, áreas ou territórios (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020b).

⁷² Cabe salientar que para fazer o cadastro de atividades não há necessidade de ser um museu: o evento permite que outras instituições como Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Museologia, Grupos de Pesquisa e quaisquer organizações sociais inscrevam sua programação.

⁷³ A Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) nos Equipamentos Culturais Brasileiros, feita em 2018 pela TIC Cultura, apontou que 26% dos museus nacionais possuíam site próprio, 30% faziam uso de websites hospedados por terceiros e 48% possuíam uma plataforma ou perfil em rede social para divulgar notícias, programação de atividades e informações sobre a instituição (TIC CULTURA, 2018).

dos museus em contextos atípicos, inclusive a partir das suas propostas, presença ou ausência no evento proposto pelo IBRAM.

Nessa perspectiva, a análise e compreensão das ações regionais provocadas por uma demanda reflexiva nacional se faz presente. No caso do Rio Grande do Sul é possível identificar e analisar diversos impactos nas estratégias de comunicação museológica propostas partindo deste evento em específico.

O cenário museológico sul-rio-grandense: os impactos da Pandemia

Através do Decreto nº 33.791 de 21.01.91, o Sistema Estadual de Museus do Rio Grande do Sul (SEM/RS)⁷⁴ foi criado na esteira do estímulo à criação de Sistemas Regionais, iniciado em 1986 e promovido pelo Sistema Nacional de Museus. Integrante da Secretaria de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul, o SEM/RS tem como missão “sistematizar e implementar políticas de integração e incentivo aos museus de todo o estado, com diretrizes estabelecidas de forma democrática e participativa por estas instituições” (SEM/RS, 2020).

Além disso, o Sistema fomenta a articulação entre as instituições sul-rio-grandenses, a partir da elaboração e divulgação de ações de qualificação voltadas para profissionais, bem como, direcionadas à natureza organizacional da instituição. Cabe salientar que seu foco são museus de natureza pública e privada, a partir do cadastro feito pela instituição interessada e, segundo dados divulgados, são 345 instituições cadastradas das 383 arroladas em todo o estado⁷⁵. Além de se voltar à formação profissional, o órgão oferece ações de fomento à leis de incentivo, convênios, visitas técnicas e projetos de inventário, documentação e museografia de acervos (SEM/RS, 2020).

A fim de favorecer a autonomia das regiões museológicas, de forma a possibilitar que museus com maior aporte assessorem aqueles com menor recurso material e humano, o SEM/RS é composto por sete regiões museológicas⁷⁶ no qual cada uma possui um coordenador responsável. O SEM/RS presta assessoria para a criação de instituições museais e, desde sua

⁷⁴ Inicialmente sob denominação de Coordenadoria Estadual de Museus/RS (CEM/RS), o Sistema era ligado à Secretaria de Educação e Cultura e, somente em 1991, já ligado à Secretaria do Estado da Cultura (criada em 1990), é que passa a se chamar Sistema Estadual de Museus/RS, o que se mantém até hoje (DUARTE, 2013).

⁷⁵ Cabe observar que os números totais de instituições do estado divergem no levantamento do SEM/RS, da Rede Nacional de Identificação de Museus (Renim), do GT Museus do RS mobilizados na pandemia da Covid-19 e do Projeto de Pesquisa Forma & Conteúdo. Isso demonstra as dificuldades de atualização e manutenção de cadastros, algo que o SEM/RS tem trabalhado para realizar.

⁷⁶ Cada região possui uma sede e é composta por distintas cidades, sendo a 1ª Região sediada em Porto Alegre contando com 139 cidades; a 2ª em Farroupilha abarcando 153 cidades; a 3ª em Erechim com 48 cidades; a 4ª em São Luiz Gonzaga composta por 63 cidades; a 5ª sediada em Santa Maria com 72 cidades; a 6ª em Dom Pedrito contando com 37 cidades e, por fim, a 7ª Região, tendo Piratini como sede e representando 69 cidades.

criação, visto o contexto de demanda por profissionais qualificados para atuar no campo museológico, passou a reivindicar que cursos de graduação fossem criados no estado⁷⁷.

A respeito da realidade das instituições do Estado no contexto pandêmico, o GT Museus do RS Mobilizados na Pandemia da Covid-19⁷⁸ apontou que 86,3% das instituições encontravam-se fechadas ao público externo, 11,3% estavam recebendo o público em expediente reduzido e 2,4% permaneceram abertas entre os meses de maio e junho, período que a pesquisa com as instituições foi feita (GT MUSEUS DO RS MOBILIZADOS NA PANDEMIA DA COVID-19, 2020). Tal resultado demonstra uma adesão significativa às diretrizes divulgadas pela OMS para frear a disseminação do vírus. Visto que muitas instituições não possuíam recursos prévios para manter suas atividades presenciais, a saída emergencial foi a utilização do ciberespaço para continuar comunicando ações e dialogando com o público.

Para compreender como a Museologia se insere nesse contexto de comunicação *online*, é necessário entender alguns conceitos que atravessam essa postura cada vez mais necessária, que utiliza de outros ambientes para divulgar suas ações e manter o público participativo no processo de geração de conhecimento. Segundo Monteiro (2007) o ciberespaço desponta com a criação da *World Wide Web* (www), uma rede de abrangência global, no início dos anos 1990. O Ciberespaço surge como ambiente de virtualização, comunicação e desterritorialização, fomentando uma nova perspectiva de cultura: a cibercultura. A autora aponta que, diferente do que se pode imaginar, o ciberespaço não é um ambiente ficcional ou inexistente, pois ele existe em um plano distinto dos espaços conhecidos, envolvendo outra relação com o tempo e espaço, onde através dele, a comunicação e o contato entre os indivíduos acontece. Nesse sentido,

[...] o ciberespaço é a ‘Matrix’, uma região abstrata invisível que permite a circulação de informações na forma de imagens, sons, textos etc. [...] constitui um espaço social de trocas simbólicas entre pessoas dos mais diversos locais do planeta (SILVA; TANCAMAN, 1999, p. 57).

Quanto à definição de virtual, Pierre Lévy (1999) compreende e aponta que o virtual é a existência de algo em potencial e que este não se opõe ao real, mas ao atual, sendo estes dois

⁷⁷ Segundo Duarte (2013), em 1992, o concurso vestibular da Universidade de Bagé ofereceria o curso de Graduação em Museologia, em convênio com a Universidade Federal da Bahia. A Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) oferecia pós-graduação na área de Museologia. A Universidade Federal de Pelotas passou a oferecer o curso de graduação em 2006 e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 2008.

⁷⁸ Integram o GT um grupo de profissionais do Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM-Brasil), do Curso de Museologia e Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGMusPA/UFRGS), da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), do Sistema Estadual de Museus RS (SEMRS/DMP/Sedac), além de representantes das sete Regiões Museológicas que formam o SEM RS e do Colegiado Setorial de Museus.

últimos conceitos, formas diferentes de existência. Para o autor, virtualizar algo não converte automaticamente o “real” em “não-real”, uma vez que meramente rompe com as barreiras de tempo e espaço. Cabe salientar que os museus que se encontram também no ciberespaço não são considerados museus virtuais⁷⁹, são museus que extrapolam os limites físicos e adentram os ambientes digitais de diferentes formas. Para Henriques (2004), um museu virtual não é a réplica de um museu de pedra e cal, e sim, um museu com outra roupagem, onde as ações museológicas são transferidas ao meio virtual - que, como já mencionado previamente, não é oposto ao real.

Os ciber museus, na concepção desta autora, caracterizam os *sites* de museus: são espaços *online* que reproduzem o acervo, ou parte dele, como forma de complementar as ações do museu físico, dando enfoque na comunicação desse acervo, ampliando seu acesso frente ao público. Logo, os museus virtuais caracterizam-se por aquelas instituições que não comportam um ambiente físico, que trabalham suas ações museológicas, no espaço virtual, apresentando-se como um novo mediador entre o indivíduo e o patrimônio⁸⁰ (HENRIQUES, 2004).

Nesse sentido, assim como as exposições físicas são compreendidas como a forma primeira pela qual o público tem acesso ao patrimônio, sendo entendida por Cury (2005), como o meio mais específico de comunicação museológica, as exposições *online* ou as ciberexposições (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013) também possuem tal centralidade na apresentação de um museu virtual. A curadoria de uma exposição no ciberespaço possui peculiaridades quando comparada a uma exposição física: ao mesmo tempo que contam com ferramentas que favorecem seu design e interatividade, estas podem fazer com que referências sejam perdidas e mesmo limitar a aproximação do público com os artefatos museológicos, sem um maior aprofundamento, deixando, dessa forma, sua característica de mediador cultural, comprometida (JAHN, 2016).

A 14ª Primavera dos Museus e os museus do RS

⁷⁹ De acordo com Schweibenz (1998 apud HENRIQUES, 2004), a conceituação de museu virtual está em discussão e por isso, não há um entendimento claro sobre o que seria um museu virtual e o que seria meramente um site de um museu.

⁸⁰ Henriques (2004) diferencia duas ramificações de museu virtual: aqueles que incorporam as ações museológicas de uma instituição física, como uma extensão dessa, muito embora, o fazer museológico se distinga, oferecendo ao público formas distintas e singulares de experiência. A segunda vertente que a autora estabelece é o do museu virtual “essencialmente virtual” (HENRIQUES, 2004, p.68), que efetua suas ações museológicas unicamente no meio virtual. A autora ainda lança luz ao fato de que museus virtuais não necessitam e não devem buscar por reproduzir a experiência, e mesmo a visualidade, de um museu físico e que oferecer visitas virtuais não necessariamente transforma sites em museus virtuais.

Os acervos museais e sua interação com os públicos, bem como a comunicação entre museus e sociedade, experimentam novas formas de diálogo, dadas as mudanças sociais que despontam a cada dia⁸¹. As portas de entrada para os museus não mais são unicamente as físicas: adentrando o ambiente digital e por consequência, agindo de forma desterritorializada, as instituições ganharam a possibilidade de utilizar outras formas de comunicar-se com a sociedade (MAGALDI *et al*, 2018). Como forma de manterem-se ativas e inseridas nos novos paradigmas comunicacionais, muitas instituições direcionam o conteúdo *offline* para o *online* ou mesmo criam conteúdo próprio para o formato digital, visando aproximar os públicos por meios mais dinâmicos e interativos.

Frente a isso, cabe salientar a importância da realização periódica de estudos específicos voltados ao público externo, afinal, somente através do estabelecimento de uma cultura da avaliação (CURY, 2005) será possível identificar e conhecer os diferentes públicos interessados ou não na instituição e como eles se conectam com ela a partir de diferentes plataformas. Como atesta Cury (2005), a avaliação não pretende somente qualificar o trabalho oferecido, como também visa criar uma base de informações que, devido a inúmeras variáveis, nem sempre é alcançada. Refletir e problematizar as práticas comunicacionais é fundamental para perceber os problemas e as potencialidades do trabalho, afinal “a avaliação é um meio para um fim” (CURY, 2005, p. 124), que corrobora com o aperfeiçoamento das iniciativas de comunicação e de interação com o público.

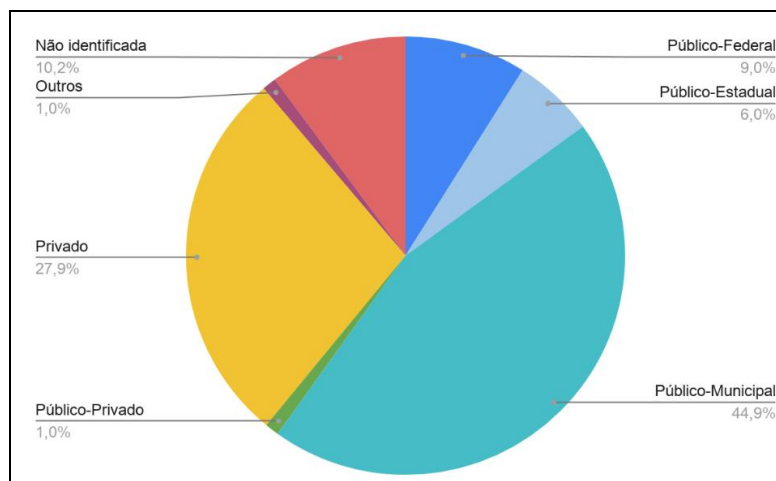
Da mesma forma que a avaliação institucional é necessária, pesquisas voltadas a estes eventos que propõem a ação conjunta entre diferentes instituições podem resultar em dados de interesse comum aos museus participantes e ao departamento organizador. Nessa perspectiva, torna-se possível compreender como o trabalho se dá em diferentes níveis e como consequência, servindo de norte para eventuais revisões. Logo, os dados aqui apresentados podem auxiliar para a construção de um panorama sobre o engajamento *online* das instituições do Rio Grande do Sul frente à Pandemia e ao evento proposto.

Sendo assim, de início cabe pontuar que das 581 instituições estaduais, a maior parte, correspondente a 44,9 % se vinculam à iniciativa público-municipal, e 27,9% são de caráter privado (Gráfico 1). Tal informação é necessária para compreender a estrutura dessas instituições uma vez que normalmente temos ideias pré-concebidas de que instituições com mais recursos necessariamente estão ativas virtualmente, entretanto, o presente estudo revela outro cenário. Cabe chamar atenção também para a porcentagem de 10,2% de instituições que

⁸¹ Leshchenko (2015) entende que tais novas maneiras de interação inserem-se na chamada Cibermuseologia, que por sua vez, compreende a utilização de formatos digitais, redes sociais e virtualização das instituições

não foram identificadas quanto à sua administração, reflexo da dificuldade encontrada para acessar essa informação no próprio ciberespaço, fato sujeito a reflexões sobre a disponibilização de dados institucionais, dado que tal acesso é necessário para que estudos sejam feitos.

Gráfico 1 - Natureza administrativa dos museus do RS



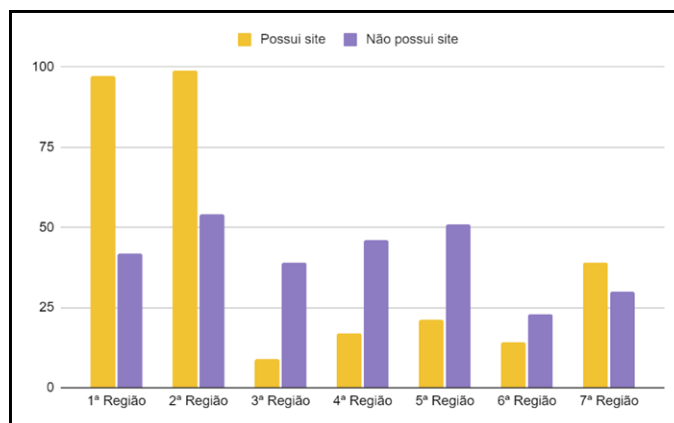
Fonte: Forma & Conteúdo, 2020.

Quanto ao levantamento acerca da existência de *sites* ou páginas institucionais, consideramos aqueles que obrigatoriamente estavam sob gerência da instituição, visto que se propôs abordar a comunicação museológica firmada pelo próprio museu, analisando seu diálogo direto com o público. Descartamos assim, páginas geridas por outros setores que não o referido museu, tais como plataformas ligadas às prefeituras. Logo, de forma aproximada, 296 instituições (correspondente a 50,9%) possuíam *site* próprio e 285 delas (relativos a 49,1%) não possuíam àquela época.

Quanto à presença seja em *sites* ou em mídias sociais⁸², das 581 instituições, 117 delas não contemplam nenhum dos dois recursos, sendo tal dado problemático, uma vez que com o fechamento causado pela pandemia, o ciberespaço se tornou um dos meios mais potentes e viáveis de publicização e diálogo com a sociedade. A concentração dos *sites*, sobretudo, se dá na 1ª e 2ª regiões, seguida da 7ª região. Nas regiões restantes o que se nota é a ausência significativa de *sites* geridos pelas instituições (Gráfico 2).

⁸² As mídias sociais levantadas correspondem ao Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, TripAdvisor e Wikipedia.

Gráfico 2 - Gráfico sobre possuir ou não *site* com recorte das regiões museológicas do RS.



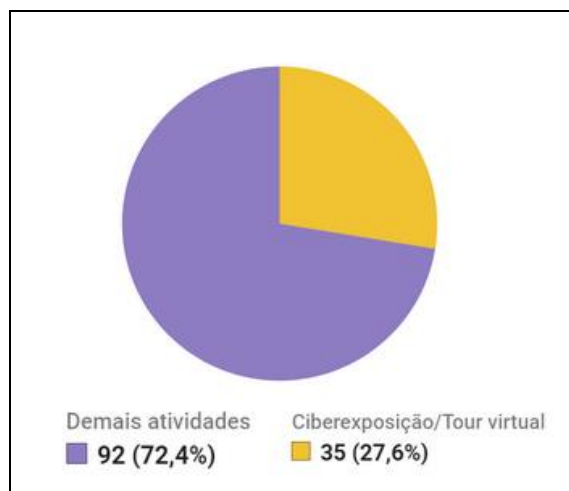
Fonte: Forma & Conteúdo, 2020.

Quanto à adesão à 14ª Primavera dos Museus, das 581 instituições estaduais, 65 delas estavam inscritas no evento, sendo totalizadas 127 atividades cadastradas. É significativo pontuar que mais de uma ação poderia ser cadastrada pela mesma entidade, da mesma forma, havia possibilidade de inscrição de museus não cadastrados no SEM/RS ou ReNIM. É significativo pontuar que se somam às 65 instituições dois novos museus virtuais, ambos criados em meio à pandemia e ligados à Universidade Federal de Pelotas, o Museu Diários do Isolamento e o Museu Afro-Brasil-Sul.

No âmbito das exposições *online* ou ciberexposições juntamente com a realização de *tour* virtual pela instituição, destacamos a realização de 35 iniciativas (Gráfico 3). Dentre as atividades encontradas, as ciberexposições foram disponibilizadas em *sites* próprios, no *Facebook* e no *Instagram*, sendo estes dois últimos plataformas gratuitas e alguns *sites* com domínio *sites google*, outra plataforma gratuita. As temáticas das exposições foram diversas, seguindo a pluralidade de temática dos museus gaúchos, como, por exemplo, a exposição “Conviver” do Museu de Ciências Naturais da Fundação Zoobotânica, na qual propõe interseções entre arte e ciência, e a exposição “Teatro em Caxias: trajetórias e cenas”, cadastrada pelo Museu Municipal de Caxias do Sul⁸³. Já as ações de *tour* virtual aconteceram no formato de vídeo, disponibilizados principalmente no *Youtube* e no *Facebook*.

⁸³ Para conhecer a exposição Conviver acesse: <https://coletivostudiojardim.com/exposicao/>. Para conhecer a exposição “Teatro em Caxias: trajetórias e cenas” acesse: <https://sites.google.com/view/museumunicipaldecaxiasdosul/exposi%C3%A7%C3%B5es-itinerantes/teatro-em-caxias?authuser=1>

Gráfico 3 - Gráfico sobre oferta de ciberexposições e/ou tour virtuais na programação das atividades das instituições do RS cadastradas na 14ª Primavera dos Museus



Fonte: das autoras, 2021.

No primeiro levantamento do Projeto de Pesquisa *Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas*, nota-se que até agosto de 2020 as instituições museológicas do Rio Grande do Sul haviam totalizado 27 iniciativas de ciberexposição e/ou *tour* virtual. Com a programação da 14ª Primavera dos Museus, este número mais que duplicou (aumentou em 129%). Cabe ressaltar, no entanto, que a disponibilização dessas ações comunicacionais muitas vezes acaba caindo, no que entendemos como um esquecimento digital, ou seja, indisponíveis após o período determinado ou sem menção destas nos perfis e páginas dos museus. Tal constatação revela também problemáticas vinculadas à trajetória institucional disponível *online*, uma vez que seu registro possui caráter histórico e documental.

Considerações finais

Ao realizarmos o presente estudo de caso com ênfase na presença dos museus gaúchos na programação da 14ª Primavera dos Museus (2020), destacamos as diversas iniciativas de comunicação museológica, com destaque para as exposições *online* realizadas em diferentes plataformas como alternativa para manter o diálogo com o público externo. Ao longo da pesquisa foi possível identificar um aumento significativo de ofertas de exposições *online* juntamente com outras atividades educativo-culturais realizadas no ciberespaço. Vale ressaltar que a partir de um levantamento mais amplo sobre as sete regiões museológicas do Rio Grande do Sul, notou-se que já existiam ações anteriores, entretanto, se verificou a intensificação de propostas comunicacionais em ambientes virtuais que, por sua vez, consideramos resultantes do evento e de sua temática.

Percebemos que mesmo com as limitações, dificuldades e desafios impostos pela pandemia, as instituições museológicas do estado buscaram estabelecer e/ou reforçar os vínculos com a sociedade através de diferentes plataformas digitais, como *sites* e perfis em mídias sociais, em especial *Instagram* e *Facebook*.

É significativo salientar que esse estudo não pretende encerrar as considerações sobre a temática e o evento, dado que a análise foi um recorte de um tema amplo, porém, visa contribuir frente às questões de avaliação institucional reforçando a necessidade da realização de estudos de avaliação quanti-qualitativos que analisem, por exemplo, o contexto atual de pandemia e seus reflexos no âmbito dos museus. Também cabe frisar o papel do IBRAM como órgão que fomenta uma postura mais ativa das instituições museais, estimulando e investindo em atividades propositivas.

O evento da Primavera dos Museus não limitava as atividades à criação de exposições *online* ou ciberexposições, todavia, destacamos tais ações como recorrentes na programação cadastrada pelos museus gaúchos, sinalizando o quanto as exposições seguem como importantes meios de comunicação dos museus tanto no âmbito físico quanto digital. Ao mesmo tempo, compreendemos que as limitações que cercam a presença dos museus no ciberespaço quanto ao acesso dos sujeitos, sendo necessário considerar questões de inclusão e exclusão digital que perpassam a realidade brasileira. Frente a isso, é preciso reconhecer que o ciberespaço é um aliado para que as instituições culturais mantenham o diálogo, as trocas e as discussões contemporâneas junto ao público, criando outros espaços e meios de interação, que, em muitos casos, ainda não haviam sido explorados pelos museus gaúchos.

Por fim, reforçamos a importância dos estudos de avaliação necessários para aprimoramento das práticas, análise das ações, do *feedback* do público externo e dos profissionais envolvidos (público interno), como um necessário exercício de autorreflexão sobre os museus e, sobretudo, sobre os impactos da pandemia junto às instituições culturais.

Referências

COSTA, Ana Lourdes. **Dados evolutivos da Primavera dos Museus 2020**. Destinatário: Gabriela Mattia. Porto Alegre, 28 jan. 2021. 1 Mensagem eletrônica.

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

GALHARDI, Cláudia Pereira (et. al). Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *In: Ciência & Saúde Coletiva* vol. 25 supl. 2 Rio de Janeiro out. 2020 Epub 30 set. 2020. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020> Acesso em: 10 Jan. 2021.

- GT MUSEUS DO RS MOBILIZADOS NA PANDEMIA DA COVID-19. O Impacto da Covid-19 nos Museus do Rio Grande do Sul. **GT Museus**, 2020. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjL0rrtqaTyAhW0qJUCHWA7DrAQFnoECAQQA&url=https%3A%2F%2Fcultura.rs.gov.br%2Fupload%2Farquivos%2Fcarga20200825%2F21162502-pesquisa-covid-19-texto-final-para-divulgac-a-o.pdf&usq=AOvVaw1X9VeOgbOCg8G7Cu4FzswW>. Acesso em: 02 nov. 2021.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Evento 14a Primavera dos Museus**. IBRAM, 2020. Disponível em: <http://eventos.museus.gov.br/>. Acesso em: 15 Nov. de 2020.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Primavera dos Museus**. IBRAM, 2019 . Disponível em <https://www.museus.gov.br/acessoainformacao/acoes-e-programas/primavera-dos-museus/>. Acesso em: 15 Nov. 2020.
- JAHN, Alena Rizi Marmo. **O museu que nunca fecha: a exposição virtual digital como um programa de ação educativa**. 2016. 314 f. Tese (Doutorado) - Curso de Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- LESHCHENKO, A. Digital Dimensions of the Museum: Defining Cybermuseum's Subject of Study. *In: ICOFOM Série Estudos*, vol. 43a, 2015, p. 237-241.
- MAGALDI, Monique B.; BRULON, Bruno; SANCHES, Marcela. Cibermuseologia: as diferentes definições de museus eletrônicos e a sua relação com o virtual. *In: MAGALDI, Monique B.; BRITO, Clóvis Carvalho (Org.). Museus & Museologia: desafios de um campo interdisciplinar*. Brasília: FCI UnB, 2018. p. 135-155.
- MENESES, Ulpiano. Os museus na era do virtual. *In: BENCHETRIT, Sarah; BITTENCOURT, José Neves; GRANATO, Marcus (orgs.). Seminário Internacional "Museus, Ciência e Tecnologia"*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, p. 50-69, 2007.
- MONTEIRO, Silvana Drumond. O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. *DataGramZero: Revista de Ciência da Informação*, v. 8, n°3, 2007.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia. **ONU**, 11 mar. 2020 Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- SILVA, Carlos Alberto da; TANCAMAN, Michele. A Dimensão Socioespacial do Ciberespaço: uma nota. **GEOgraphia**, Rio de Janeiro, ano 1, n° 2, p. 55-66. 1999.
- SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS DO RIO GRANDE DO SUL - SEM/RS. Apresentação do Sistema Estadual de Museus - SEM/RS. **SEM/RS**, 15 jun. 2015. Disponível em: <http://www.sistemademuseus.rs.gov.br/semrs/>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION. 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-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> Acesso em: 12 jan. 2021.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. **WHO**, 2021. Disponível em <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 12 jan. 2021.