

AMPLIAÇÃO DO POTENCIAL COMUNICATIVO DO MUSEU ARQUEOLÓGICO E ANTROPOLÓGICO DA UFPEL (MUARAN)

ENERI JAMES BORGES MEDEIROS¹; CAIO NOGUEIRA GHIRARDELLO²;
DIEGO LEMOS RIBEIRO³; PEDRO LUÍS MACHADO SANCHES⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – eneri.james@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – nghirardello@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – dlrmuseologo@yahoo.com.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – pedrolmsanches@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Por esta comunicação pretende-se apresentar o atual estágio do projeto para “ampliação do potencial comunicativo do Museu Arqueológico e Antropológico da Universidade (MUARAN)”¹ desenvolvido em parte das atividades desempenhadas no museu por intermédio de *bolsa de extensão*.²

O MUARAN, museu universitário formalmente existente desde 2008, constitui em uma proposta de articulação de ações, que abarca o gerenciamento das coleções passíveis de interpretação arqueológica³, o diálogo e atendimento a atividades de ensino multidisciplinar – com destaque para as disciplinas diretamente vinculadas ao estudo e à preservação do patrimônio cultural ofertadas nos cursos da UFPel – e a socialização do conhecimento científico por meio da atuação junto a grupos escolares e outros grupos sociais historicamente distantes do convívio acadêmico. (SANCHES, 2013)

Tendo a escassez de recurso para o MUARAN como alavanca para refletir sobre formas alternativas de comunicação museal, o espaço virtual se configura como espaço fértil para a divulgação das atividades concebidas e implementadas pela equipe do Museu, assim como incrementa a interface da instituição com a sociedade.

Atualmente o Museu conta com um *website* desenvolvido em *WordPress*, uma página e um perfil no *Facebook* projetado pela equipe antecessora. A partir destes canais, foram repensadas as necessidades impostas para a melhoria do potencial comunicativo do MUARAN, em meio a *rede*, de forma sustentável. Em outras palavras, este projeto está sendo arquitetado para que possa ser administrado com maior eficiência, diante da escassez de servidores dedicados a manutenção das atividades museológicas.

Não só ao MUARAN, esta iniciativa procura servir de inspiração para outros museus que possuam carências similares em termos de recursos físicos e humanos, levando em conta que a situação do Museu está longe de ser inédita em contexto brasileiro.⁴

¹ Órgão suplementar do Instituto de Ciências Humanas (ICH) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), integra-se espacialmente com o Laboratório Multidisciplinar de Investigação Arqueologia (LÂMINA) e dialoga diretamente com o Laboratório de Ensino e Pesquisa em Antropologia e Arqueologia (LEPAARQ). Todas as unidades citadas estão subordinadas ao Instituto.

² Bolsa: Implantação do MUARAN, iniciada em 1º de junho, com duração de seis meses. Bolsista: Eneri James Medeiros, bacharelando em Antropologia (ICH/UFPel). Coordenador: Professor Dr. Pedro Luis Machado Sanchez (ICH/UFPel).

³ Com estreita ligação com as atividades

⁴ Este projeto está sendo realizado em conjunto com o projeto “A extroversão da Arqueologia em Museus Gaúchos” que visa refletir sobre a representação pública da arqueologia em museus gaúchos e desvelar até que medida o bem público está acessível à sociedade. No presente momento, ainda em caráter preliminar, está sendo desenvolvida a metodologia – arquitetura dos

2. METODOLOGIA

O conceito de Museu na contemporaneidade, sob a perspectiva social, se desloca do pressuposto de um espaço edificado que comporta coleções, tendo em vista o deleite de seu público, para interatividade dialógica pela qual é comunicado o patrimônio cultural. No mesmo sentido a *internet* vem revolucionando a forma como as pessoas se comunicam. (HENRIQUES 2004)

Apesar do MUARAN não possuir um espaço dedicado para a realização de suas atividades museológicas, visto que não tem sede própria, a instituição é caracterizada pela mesma base angular de qualquer outra instituição congênere: o desenvolvimento de processos de salvaguarda e comunicação. Por intermédio de sua equipe composta por docentes e discentes, bolsistas e colaboradores, mimetiza-se na comunidade por meio de projetos socioculturais, designadamente: Casa do Amor Exigente de Pelotas (CAEX), Sindicato dos Trabalhadores Domésticos de Pelotas e Arqueologia na Escola e exposições temporárias.

A proposta da melhoria do potencial comunicativo do MUARAN, não pretende *a priori*, trazer à tona discussões, atualmente muito debatidas, sobre museu no espaço físico e/ou no espaço virtual e seus possíveis desdobramentos terminológicos como, por exemplo, museu eletrônico, museu digital, museu *online*, museu hipermídia, meta-museu, museu cibernético, cibermuseu e museu no ciberespaço (HENRIQUES, 2004), porém está focada em oferecer possibilidades para a melhoria da interface entre instituição e a sociedade, e que desta forma, ao menos mantenha os laços estabelecidos com os grupos sociais parceiros em ações já executadas.

Para a garantia do acesso às atividades e serviços contínuos desenvolvidos pelo MUARAN, os espaços virtuais configuram-se em possibilidades sustentáveis para a realização/avaliação da extensão universitária e da “Comunicação Museal” desenvolvidas pela Instituição. Pela inexistência de um espaço físico acessível permanente para a realização da divulgação de suas ações, a instituição utiliza de um perfil e página no *Facebook* e uma página eletrônica em *WordPress*, inserida no portal da UFPel.

Com base nas ponderações da equipe do Museu, interessada na reformulação do *site*, e no critério metodológico desenvolvido no projeto “Extroversão da Arqueologia”, se alicerça a intenção de realizar um *estudo de público* por meio dos canais virtuais supracitados. A rede social utilizada pode ser tida como um meio de comunicação multilateral. Assim sendo, podemos considerá-la uma ferramenta fundamental para comunicação na contemporaneidade, pois além do seu alcance, oferta um sistema que pode avaliar os tipos de acesso do público. Não obstante, essa análise propiciará que o MUARAN tenha um *feedback* de suas ações, para que possa vir a avaliar as estratégias até agora desenvolvidas.

Esta proposta parte da quantificação do alcance de público internauta, verificação dos públicos já alcançados e o nível de interação a partir das

caminhos e ferramentas para a coleta de dados – para desvelar aspectos sobre o cenário da musealização da arqueologia em meio a *internet*. Como resultado desta etapa, é almejada a criação estratégias como, por exemplo, oficinas, consultorias e/ou publicação acessível, que possibilitem aos museus do Estado ampliar a comunicação virtual, em especial aqueles que albergam coleções, que carecem canais de comunicação inseridos na *rede* ou cujo potencial comunicativo ainda é baixo. Este projeto é coordenado pelo Professor Dr. Diego Lemos Ribeiro e conta com a participação de Caio Nogueira Ghirardello, graduando em Museologia e do presente autor.

publicações e compartilhamentos de *posts* no *Facebook*. A consideração da *internet* e, por sua vez, das redes sociais como espaços qualificados para a avaliação de público pode ser justificada pelos números trazidos pelo IBGE, através do PNAD 2014. Na época foi estimado que 54% dos domicílios brasileiros e 59% lares gaúchos possuíam acesso a *internet* e, também na mesma direção, segundo informações divulgadas pelo próprio *Facebook* em janeiro deste ano na IX Campus Party⁵(CPBR9), de cada 10 brasileiros, 8 estão conectados na rede social.

Para que consigamos traçar o panorama pretendido, a coleta de dados está dividida em três etapas:

Primeira etapa quantificação dos dados:

- ✓ Verificar a *quantidade de curtidas* da página e correlacionar com a área de abrangência do museu;
- ✓ Verificar a *periodicidade de publicações* da página, coletando as datas das dez últimas postagens e seus intervalos, criando uma média de publicação;
- ✓ Analisar os dados de publicação sobre a visualização e interação do público das últimas dez postagens;

Segunda etapa levantamento de informações:

- ✓ Primeiramente, verificação e localização nas páginas do *Facebook*, sobre a existência de participantes dos projetos já executados com a comunidade e de agentes das comunidades correlatas com atuação do MUARAN (quilombolas e indígenas). Por meio de formulário, execução de entrevista facultativa online. Oferecendo uma atenção especial a esses grupos;
- ✓ Em segunda instância, disponibilizar o mesmo questionário no site, página e perfil institucional do MUARAN no *Facebook* para o público espontâneo delineando o perfil geral de público que acessam estes canais virtuais;
- ✓ Pesquisa e análise do perfil pessoal por amostragem aleatória de 5%, verificando cidade em que reside da comunidade das pessoas que curtem a página do Museu e entrecruzamento com as informações com entrevista online;
- ✓ Atingir quais são os públicos fidelizados pelo MUARAN, assim como o *não público*;

Terceira etapa comunicação com público:

- ✓ A partir das sugestões dos entrevistados coletadas na pesquisa, avaliar “pontos fracos” da interação com a sociedade;
- ✓ Criar uma pesquisa (Enquete) no *Facebook* com cinco itens, três sugeridos pela própria equipe do MUARAN e os outros dois com base nas sugestões da comunidade para um próximo projeto do museu;
- ✓ Desenvolver novo conteúdo para o site e *Facebook* a partir do *feedback* da comunidade.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Uma primeira coleta de dados foi concluída em 31 de julho, com os seguintes resultados⁶: A página do *Facebook* do MUARAN possui 700 curtidas representando 0,04% da população⁷ com acesso domiciliar a internet no

⁵ Feira anual, considerada o principal evento brasileiro de tecnologia e cultura digital, que ocorre desde 2008 em São Paulo e Recife. Fonte: TechTudo, 2016

⁶ Informações fornecidas pela ferramenta de publicação do próprio Facebook.

⁷ Cálculo realizado do total de curtidas dividido pela população de pelotas contabilizada no censo de 2010 considerando apenas pessoas acima de dez anos que utiliza internet em domicílio no estado do Rio Grande do Sul. Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010 e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2014.

município de Pelotas; A média aritmética de *periodicidade de publicação* acusa uma distancia temporal de 45 dias entre publicações, acompanhado de um alcance médio de 285 pessoas por postagem; O menor índice de alcance de uma publicação foi de 65 pessoas, 2 curtidas e 5 interações: publicação esta referente a um compartilhamento de um evento do Sindicato dos Trabalhadores Domésticos de Pelotas; O maior índice de alcance de uma publicação foi de 861 pessoas, 55 curtidas e 106 interações nessa publicação sobre a ação sócio educativa no projeto CAEX.

Considerando que o perfil e a página no *Facebook* atualmente são os únicos espaços de diálogo aberto com a comunidade, é perceptível que existe uma variação dos tipos de publicação. Quando a publicação incita a participação da comunidade dentro dos seus projetos extramuros, existe um sentimento de pertencimento, aumentando o alcance da comunidade na página. Contudo, é sugerido que a frequência entre as publicações apresente menor intervalo temporal.

4. CONCLUSÕES

Diante da dificuldade orçamentária para a instalação de um espaço físico e da contratação de uma equipe permanente, a projeção do *museu no mundo virtual* em que as páginas eletrônicas poderiam projetar o Museu físico na virtualidade ou a construção de um *museu virtual* (HENRIQUES, 2004) conciliado com o projeto do MUARAN, poderiam ser soluções interessantes à extroversão do patrimônio arqueológico. Contudo, é percebido que os canais virtuais do Museu não estão alcançando toda a sua potencialidade comunicativa, tornando-se praticamente unilaterais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FACEBOOK, **Métricas de publicação de páginas**. Acessado em 29 jul. 2016. Online. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/336143376466063/>

CPBR9, **Facebook revela dados do Brasil na CPBR9 e WhatsApp 'vira ZapZap'**. TechTudo, 28 jan. 2016. Acessada em 22 jul. 2016. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>

HENRIQUES, R. **Museus Virtuais e Cibermuseus: a internet e os Museus**. Acessado em 10 ago. 2016. Online. Disponível em: http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus_virtuais_e_cibermuseus_-_a_internet_e_os_museus.pdf

IBGE, **Censo Demográfico 2010**. Acessado em 31 jul. 2016. Online. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=431440&idtema=90&search=rio-grande-do-sul|pelotas|censo-demografico-2010:-resultados-da-amostra-caracteristicas-da-populacao->

IBGE, **Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2014**. Acessado em 31 jul. 2000. Online. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=rs&tema=pnad_internet_celular_2014

SANCHES, P; AMARAL, F; OLIVEIRA, H. **A Criação compartilhada do Futuro Museu de Arqueologia e Antropologia de Pelotas: apontamentos preliminares**. Congresso Extensión y Sociedad, 2013.