

VIRTUALIDADE NO CAMPO MUSEOLÓGICO: INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA

RAFAEL TEIXEIRA CHAVES¹; NORIS MARA PACHECO MARTINS LEAL²

¹Universidade Federal de Pelotas – rafateixeirachaves@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas- norismara@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa é a comunicação museológica realizada através do uso de novas ferramentas virtuais, especificamente o Instagram. Para tanto, será feito um estudo de caso do projeto Coleção Viva, que faz uso desta rede social. Este é um projeto recente, foi criado em 20 de fevereiro de 2016.

As novas tecnologias revelam às instituições novas possibilidades de aumentar o seu contato com os visitantes, a partir da velocidade de comunicação no ciberespaço. Com esta 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.

Coleção Viva é um projeto de um museu virtual no Instagram que trabalha com a musealização instantânea através de olhares e contrastes do patrimônio com elementos naturais. Através de fotografias enviadas via endereço eletrônico, o público pode interagir e, assim, experienciar uma ação museológica, familiarizando-se com a missão integradora do Museu. Este é um projeto que foi criado em 2016, tendo como principal característica ser totalmente desenvolvido através de uma rede social. Seu acervo já ultrapassou duas mil fotos e já possui mais de seis mil seguidores.

Que tem em como missão promover a reflexão e o reconhecimento do patrimônio cultural por meio de uma curadoria colaborativa de forma a incentivar a comunicação, preservação e expressão do patrimônio por meio de registros fotográficos, construindo um ambiente virtual e no aplicativo do Instagram.

2. METODOLOGIA

Para desenvolver desta pesquisa optou-se pelo uso de método qualitativo, além de um estudo de recepção e interação de público com base no estudo de caso do Coleção Viva, analisando o fato museal e a comunicação mediada. A primeira fase da pesquisa foi uma revisão bibliográfica, onde foram levantados e lidos obras e autores que desenvolveram suas pesquisas sobre os aspectos conceituais e descritivos dos museus virtuais com sua forma de interação com o público.

A segunda etapa foi a pesquisa em sites de museus a fim de detectar quais utilizam o Instagram ou outras redes sociais e como fazem isto, qual o tipo de apropriação comunicacional museológica as instituições estão desenvolvendo.

Por fim, foi realizado um questionário estruturado com os seguidores do projeto que enviaram fotos para o acervo do Coleção Viva, a fim de entender e ver como os usuários percebem o papel do mediador na comunicação museológica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Procurando entender o processo museológico de um museu virtual, lançando mão de uma das redes sociais mais usadas, o Instagram, convidando os usuários a enviarem fotografias que ressaltam o contraste estético entre vida e edificação.

Trata-se de um acervo colaborativo, o usuário torna-se protagonista na formação do acervo de um Museu.

Para análise de como está sendo realizada a comunicação do Coleção Viva com os seus seguidores, foi aplicado um questionário estruturado com 21 questões, foi respondido por 53 seguidores, a fim de analisar quem é o público e quais as suas percepções sobre o projeto, com o propósito de traçar um perfil dos visitantes

Os dispositivos móveis conectados à internet permitem novos arranjos e novos modos de mediação semântica, narrativa e poética, que são abordados dentro da plataforma e usados com os processos museológicos atuando como um mecanismo contemporâneo de criação de coleções com um acervo captado de forma colaborativa com os usuários, estes enviam para o e-mail colecaoviva@gmail.com o nome, e seu ID ¹ no Instagram para que possa ser creditado na postagem, bem como o local onde a foto foi registrada.

¹ Nome com que a pessoa se identifica nas redes sociais.

O Coleção Viva pode ser visto como um laboratório, uma experiência e um instrumento, pois ele proporciona uma interação mais próxima e ágil com o público. Dentre as diversas tipologias emergentes dos contextos contemporâneos, podemos destacar os museus virtuais, que inserem as práticas e funções museais em novas perspectivas de interlocuções com seu entorno e com as comunidades com as quais se relacionam.

4. CONCLUSÕES

O Coleção Viva pode então ser considerado um museu com um acervo instantâneo efêmero. Também se analisou se o processo museológico utilizado pelo moderador do projeto é suficiente para o entendimento de como enviar o acervo, o tema do projeto e demais inquietações que os seguidores tenham sobre o projeto, os resultados mostraram que o moderador deve estar em constante atualização, em e-mails, no Instagram, possibilitando um suporte aos visitantes.

Assim, a mediação através de um moderador no Coleção Viva no Instagram se mostra eficaz devido à interação com o público e à rapidez na sua resposta, mas para que esta mediação no mundo virtual seja fidelizada pelos usuários\visitantes do Coleção Viva, destaca-se que o papel fundamental é exercido pelo profissional que realiza a mediação: o Museólogo. Ao serem questionados se o Coleção Viva poderia ser um Museu Virtual, os depoentes, que são os seguidores do projeto, colaboradores com o acervo, destacaram que o Coleção Viva pode, sim, ser um Museu Virtual. Por mostrar monumentos, cidades, objetos, lugares que não imaginavam que existiam naquele determinado lugar e porque reúne imagens, arte, por meio de fotografias de lugares e monumentos, de locais que reúnem a arte urbana e natural.

Pode-se analisar que os usuários, quando enviam foto para o acervo, desejam uma forma de salvar sua fotografia, e, além disto, colocá-la em exposição. Isto se deu ao longo de uma familiarização do público com o projeto, sendo assim o Museu Virtual deve atender a sua demanda, na forma de comunicação e mediação. Assim, o mediador utiliza métodos museológicos como a documentação, pois quando um seguidor envia uma fotografia para o acervo, deve encaminhar

informações e dados. Outro fator é o acadêmico, o projeto participa de diversos eventos, e isto passa mais credibilidade para o projeto e sua visibilidade.

Os seguidores destacaram no questionário que este projeto não é só uma página de fotos, é uma página de olhares para o patrimônio, salvaguardando o olhar do patrimônio através de fotografias.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANICO, Marta. **A pós-modernização da cultura: património e museus na contemporaneidade.** Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 11, n. 23, p. 7186, jan/jun 2005.

CURY, M.X. **Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-de Educação Patrimonial.** In: SOARES, A.L.R e KLAMT, S.C. Brasília, v.3, n.1,p.27-46, jan./dez. 2010

FUNARI, P.P.A e PELEGRINI, S.C.A. **Patrimônio Histórico e Cultural.** Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

Guia dos Museus Brasileiros/Instituto Brasileiro de Museus, Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011

HENRIQUES, Rosali. **A experiência do Museu da Pessoa:** a história do cotidiano em bits e bytes. Disponível em:

<http://www.encontro2012.historiaoral.org.br/resources/anais/3/1329247967_ARQUIVO_historia_oral_rosali.pdf> Acesso em 01 de Outubro. de 2015 em 18:00.

HENRIQUES, Rosali. **Museus Virtuais e Cibermuseus:** A internet e os museus. Portugal, 2004.

Monique B. Magaldi. **Navegando no Museu Virtual:** um olhar sobre formas criativas de manifestação do fenômeno Museu. 2010 perspectiva. PIERRE, Lévy.

O Que é Virtual. Editora 34 São Paulo. 2011

PIERRE, Lévy. **Cibercultura.** Editora 34 São Paulo. 2010.

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

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet.** Porto Alegre, Ed Sulina: 2014.