

MUSEU PATRIMÔNIO EFÊMERO: VIRTUALIDADE NA CONTEMPORANEIDADE

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 trabalho aqui apresentado refere-se a um projeto mais amplo denominado Museu Patrimônio Efêmero museu virtual no Instagram. O objetivo do projeto é trabalhar 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. Tem 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

Este projeto que é um laboratório para o organizadores possui um acervo colaborativo, o usuário torna-se protagonista na formação do acervo de um Museu e os proponentes são os gestores do museu virtual.

A comunicação museológica que antes era apresentada ao público através de canais específicos para cada mídia, atualmente vem se transformando, sendo possível a produção da comunicação e interação simultânea, esta comunicação nos museus virtuais se torna mais ampla, sendo assim, o visitante faz sua visita percorrendo a instituição no espaço virtual, visualizando o acervo museológico, em alguns casos, enviado por eles mesmos, entendendo que a função das instituições não é somente conservar o acervo, mas também viabilizar o acesso, nesta nova forma de comunicação o uso das novas tecnologias traz uma conexão em tempo

real em espaço virtual em que o Museu acompanha as transformações que influenciam a sociedade.

A rede social é dinâmica e ativa, mas sempre depende do fator de mediação e movimento diário. Para isso devemos conhecer as novas formas de conversação em rede determinando terminologias onde os usuários tenham compreensão deste novo fazer museológico. Através de fotografias enviadas para um endereço eletrônico, os sujeitos podem interagir e, assim, experienciar uma condição museológica. A ação do mediador, é de grande influência traçando uma relação com o público mais próxima.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este projeto transforma a ação dos discentes em museologia, permitindo a ação do futuro museólogo, a partir de um novo entendimento sobre a forma de comunicação é diretamente virtual, apresenta grandes ferramentas comunicacionais e estimula a conectividade.

As redes sociais em museus estão ligadas à comunicação de forma ampla. Estudar a comunicação museológica para além da comunicação, e abordar o fazer museológico, através do estudo de caso do Museu, analisando a influência atual do uso de dispositivos móveis, tornando um facilitador na mediação entre museu e público.

Tornou-se possível perceber a presença do outro no ambiente virtual, permitindo, inclusive, a criação de espaços como mundos, ou seja, como lugares habitados e modificados por seus habitantes.

4. CONCLUSÕES

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.

Assim este projeto como um laboratório para utilizar dos recursos da teoria para a prática, apresentou grande valia na construção da minha formação como Museólogo.

A inovação se dá pela divulgação dos lugares pela visão de vários autores diferentes, dando a possibilidade de integrar as pessoas com o projeto de uma forma simples utilizando, umas das maiores redes sociais da atualidade. Usando uma tecnologia da atualidade para o acesso ao Museu, pois nem todos hoje em dia, vão aos museus, é uma forma de oportunizar a chance de participar na construção de um acervo de um museu, se tornando um agente patrimonial, utilizando a rede como ferramenta para boas descobertas em um mundo virtual que representa a rapidez de informações e trocas.

Desta forma, o projeto está alcançando sua missão, cumprindo seu papel, tornando o visitante um apreciador do patrimônio, calibrando o olhar para a sua cidade, aprendendo a observar detalhes que, muitas vezes, na vida diária, passam despercebidos.

Neste caso apresentado no trabalho, fica entendido como o uso das redes sociais, empregado na comunicação museológica, utilizando métodos da área da museologia, faz com que esta comunicação seja um meio de entender o museu, atrelando os fatores sociais e interativos, neste fazer diferente de museu.

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.

MARTELETO, Regina. **Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. Pesquisa Brasileira** MCB disponível em: <http://wp.ufpel.edu.br/museudascoisasbanais/> Acesso em 09 jul.2015, 20:50.

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

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, **MemóriaHistória**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1997.

RADLEY. Alan. **Artefacts, memory and a sense of the past**. In **Collective remembering: Inquiries in social construction series**. London: Sage Publications, 1994.

RAMOS, Francisco Régis Lopes. **A danação do objeto: o museu no ensino de história**. Chapecó: Argos, 2004.

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

RIEGL. Aloís. **El culto moderno a los monumentos: caracteres y origen**.

Traduzido por: Ana Pérez López. Madrid: La balsa de la Medusa, 2008.