

MUSEU GRUPPELLI: ENTRE O VIRTUAL E O PRESENCIAL

CHAYANE LISE FERNANDES DE SOUZA¹; NADIR FERREIRA BRANQUINHO TARANTI²; LOUIS MACEDO WOTTER³; DIEGO LEMOS RIBEIRO⁴

¹*Universidade Federal de Pelotas – chayanefernandes.cf@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – nadir.taranti@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – louhumwotter@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – dlrmuseologo@yahoo.com.br*

1. INTRODUÇÃO

O Museu Gruppelli, objeto deste resumo, está localizado no 7º distrito da cidade de Pelotas/RS e foi inaugurado em 1998, por iniciativa da comunidade local. Seu acervo, constituído por objetos que remontam à vida rural e à preservação dessa identidade tão singular, foi capitaneado pela família Gruppelli, que dá nome ao Museu. Atuando de maneira independente durante dez anos, a intervenção da universidade aconteceu durante o período de aniversário de uma década, quando a comunidade solicitou o apoio técnico-científico da Universidade Federal de Pelotas, mais especificamente do Curso de Bacharelado em Museologia. Desde então, o projeto de extensão nomeado "Revitalização do Museu Gruppelli", coordenado pelo Prof. Dr. Diego Lemos Ribeiro, funciona ininterruptamente.

Tendo como base que “[...] as novas tecnologias da informação agem sobre todos os domínios da atividade humana e possibilitam o estabelecimento de conexões infinitas entre diferentes domínios, assim como entre os elementos e agentes de tais atividades” (CASTELLS, 2002, p. 120), a equipe do Museu iniciou o uso ativo das mídias sociais buscando extrapolar a fisicalidade da instituição, em especial durante a pandemia de COVID-19, quando o Museu fechou suas portas visando conter a disseminação do vírus. Neste contexto, as redes sociais passaram a ser essenciais para manter o museu “aberto” e em interação com a sociedade.

Voltado principalmente para o *Facebook* e *Instagram*¹, novas ações educativas e de comunicação foram criadas, atentando-se para não cair na *simplicidade* denunciada pela artista Camila Schenkel (2020), quando criticou a simples adaptação das atividades do presencial para o virtual. Para avançar, é preciso pensar novas formas de interação com os museus. Como exemplo dessas atividades temos a criação da história em quadrinhos, divulgada no *Facebook* e voltada para um público mais infantil, que teve como objetivo a apresentação das lendas rurais da região por intermédio dos objetos do museu.

Uma terceira mídia utilizada foi o *YouTube*, embora com menos intensidade que as outras duas. Nesta, foram publicados vídeos da série “Patrimônio Rural em Foco”, em que o objetivo era apresentar, em poucos minutos, pesquisas voltadas à ruralidade nas mais diversas áreas, especialmente na região onde se localiza o Museu. Cabe ressaltar, entretanto, que as redes citadas já eram utilizadas anteriormente ao período pandêmico, com a principal função de compartilhar fotos e informações sobre a agenda de atividades da instituição.

Atualmente, o Museu retornou às suas atividades presenciais, que têm ocorrido de maneira quinzenal desde o dia 03 de abril de 2022 e, além das medicações

¹ É possível encontrar o Museu Gruppelli através dos links:

Facebook: www.facebook.com/museugrappelli2

Instagram: www.instagram.com/museu.gruppelli



presenciais, percebeu-se a importância de continuar as atividades virtuais. Portanto, buscamos apresentar, de forma sucinta, as novas estratégias de divulgação no museu no ciberespaço² que estão sendo utilizadas neste cenário de retomada das atividades presenciais.

2. METODOLOGIA

Para que as atividades pensadas pudessem ser colocadas em prática, e visando compreender as expectativas da equipe, foram realizadas reuniões virtuais por meio da plataforma *Google Meet*. Durante esses encontros foram discutidas quais novas estratégias seriam utilizadas na comunicação do Museu nas mídias sociais, tendo em perspectiva que o momento permite receber os visitantes em seu espaço físico.

Concordou-se que seria interessante utilizar a *hashtag* #TBT vinda do inglês “*Throwback Thursday*” que pode ser traduzida livremente como quinta-feira das lembranças, onde postamos fotos e/ou vídeos para relembrar acontecimentos. No Museu, utilizamos a *hashtag* em postagens às quintas-feiras para divulgar fotos feitas pela equipe da instituição ou pelos próprios visitantes que registram as idas ao museu.

Outra estratégia iniciada pela equipe foi de divulgar, anteriormente, quais membros da equipe estariam presentes na abertura quinzenal do Museu, tendo como objetivo desta ação dar identidade aos indivíduos que trabalham nos “bastidores” da instituição, mostrando que o museu é feito de pessoas para pessoas. Também foram nessas reuniões que se percebeu a oportunidade de “desengavetar” a ideia do *sítio*, uma vontade antiga da equipe de ter um local para unificar informações sobre as atividades do Museu, seu acervo, trabalhos publicados, além do histórico de exposições de curta e longa duração da instituição. Com isso, optou-se por usar o *WordPress* institucional, uma vez que o ambiente é gratuito, com *layout* pré-construído e possui o suporte técnico universitário.

Para a construção do protótipo e esquematização do conteúdo, usufrui-se da plataforma Canva. Todo o material era passado para a equipe de voluntários do projeto para que fosse avaliado. Contudo, é importante dizer que ainda que o site esteja em desenvolvimento, não se pretende abandonar as outras mídias. O *Facebook* e *Instagram*; inclusive, essas mídias são citadas para os visitantes durante as aberturas presenciais pelos responsáveis do dia, instigando o acesso e o compartilhamento das fotografias feitas pelos visitantes no ambiente museológico.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como mencionado anteriormente, a instituição fechou suas portas físicas em março de 2019 e, desde então, a preocupação com a movimentação remota do museu se tornou presente, pois comprehende-se que é papel fundamental que os responsáveis pelas instituições museológicas estejam atentos as novas estratégias de comunicação para, assim, adequar sua interação para/com seu público. Permite-se, assim, que as novas tecnologias sejam utilizadas nesse processo (PADI-LHA, CAFÉ e SILVA, 2014).

² [...] É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (Lévy, 1999. p. 17).

Com isso, em abril de 2022, além das publicações cotidianas, iniciamos as estratégias de comunicação pensadas especialmente para o espaço virtual do museu. Até o momento, estamos publicando semanalmente duas vezes e uma a cada quinze dias, como acordado em equipe. A grade de publicações ficou da seguinte forma:

Publicação	Data	Conteúdo
Gruppelli Virtual	Terças-feiras	Divulgar o acervo a partir da seleção de um objeto para apresentá-lo no ambiente virtual
#TBT	Quintas-feiras	Relembrar momentos. (Fotos de visitantes, ações realizadas e outras atividades)
Conhecendo a equipe	Sábados (quinzenal)	Apresentação da equipe que receberá os visitantes no domingo de abertura.

Com base nesta tabela, iniciamos as publicações. Até o momento, foram realizadas 23 postagens na página do museu no *Facebook* e dez no *Instagram*.

Para finalizar a questão das mídias sociais, é interessante trazer algumas das dificuldades e obstáculos enfrentados pela equipe. Acreditamos que a principal delas foi a perda do *Instagram* da instituição, acusado de não possuir idade mínima para ter seu perfil ativo. Ainda que tenha se enviado os recursos necessários para reaver a conta, infelizmente a rede foi excluída. Atualmente estamos com um novo perfil e trabalhando para reaver o público anterior.

Com relação à construção do *site*, que logo será inaugurado, o primeiro passo dado foi solicitar a reativação da página no suporte institucional e estudar sobre a forma de uso do *WordPress*. Para esse estudo foi utilizado o material disponibilizado pela Universidade Federal de Pelotas. Uma vez adquirido o básico do conhecimento, iniciou-se a construção do *site* utilizando um dos *layouts* disponibilizados. A ideia para o ambiente virtual é ser um local para reunir pesquisas, informações do museu e seu acervo, além de exposições virtuais para o museu. Essas funções foram divididas nas abas do blog para fins de organização.



Foto: Layout do site do Museu Gruppelli em construção.

Fonte: Museu Gruppelli, 2022.



Para auxiliar o público, a plataforma em desenvolvimento também conta com *plugins* de mapas, vinculado ao *Google Maps*, que facilitam a ida até o Museu, assim como um *plugin* vinculado ao *Google Calendar* para divulgar os dias de aberturas e eventos. Outro campo importante acrescentado foi a possibilidade de os visitantes apontarem, de maneira remota, seu interesse em doar objetos para o Museu, enviando informações sobre o item em questão. Também será possível escrever comentários, dúvidas, críticas e sugestões para que assim, o visitante se torne parte fundamental na criação de conteúdo comunicativo, tanto para o *site* quanto para as mídias sociais. É a partir da participação desses novos atores e seus feedbacks que podemos reavaliar, sempre que necessário, as estratégias de comunicação utilizadas, além de contribuir com a construção de novos conhecimentos sobre o patrimônio. (CURY, 2005).

4. CONCLUSÕES

Concluímos que as novas tecnologias e o ciberespaço tiveram um papel de extrema importância durante a pandemia causada pela Covid-19, possibilitando que as instituições não ficassem inertes neste período conturbado, mas, no contexto atual de retomada das atividades presenciais, essas tecnologias podem continuar sendo utilizadas para ter-se um espaço para descobertas. Em consonância com MUCHACHO (2005) concordamos que a internet e as novas tecnologias são grandes mediadoras no processo de construção da memória coletiva, uma vez que a partir da contribuição de diferentes olhares é possível agregar novos valores aos objetos compartilhados nas redes sociais criadas dentro do ciberespaço.

Nesse caminho, as mídias sociais e o *site* - ainda em construção - estarão ativos a fim estender a experiência dos visitantes do Museu Gruppelli, além de construir novos olhares sobre o acervo da instituição juntamente com seu público e o público em potencial.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CURY, M. X. A comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teóricometodológica para os museus. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 12, p. 365 – 380, 2005.
- LÉVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MUCHACHO, R. Museus virtuais: A importância da usabilidade na mediação entre o público e o objecto museológico. In: **Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação**, 4. Aveiro, 2005. Departamento de Ciências da Comunicação, Artes e Tecnologias, p. 1540 – 1547.
- PADILHA, R. C., CAFÉ, L., SILVA, E. L. O papel das instituições museológicas na sociedade da informação/conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, n. 2, p. 68 – 82, 2014
- SCHENKEL, Camila. Em quarentena: apontamentos sobre educação em museus em tempos de pandemia. Porto Alegre: **Revista de Artes Visuais PPGAV-UFRGS**, jan-jun 2020, v. 25, n. 43. Disponível em: <<https://www.seer.ufrgs.br/PortoArte/article/view/108108/58684>>. Acesso em: 21 ago. 2022.