

## MUSEU DE CIÊNCIAS NATURAIS CARLOS RITTER: COMUNICAÇÃO PRESENCIAL E DIGITAL

LUCCA LILLES GALVÃO MACHADO<sup>1</sup>; DANIEL DIAS QUADRO<sup>2</sup>; LEANDRO FREITAS PEREIRA<sup>3</sup>; SARAH FERNANDES<sup>4</sup>; ALICE ANDRADE KOSBY<sup>5</sup>; LISIANE GASTAL PEREIRA<sup>6</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lucca.ufpel@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – danieldias17063@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lheandrofp@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – sf.sarahfernandes@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – alicekosby@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lisi.gastal@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O Museu de Ciências Naturais Carlos Ritter (MCNCR) é um museu universitário vinculado ao Instituto de Biologia (IB) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) que atua através da missão de conservar, documentar, pesquisar, comunicar e popularizar o patrimônio da área das ciências naturais, ou áreas relacionadas, buscando sempre o estímulo de forma dialógica à reflexão e ao pensamento crítico da sociedade com relação à importância da conservação da biodiversidade.

Tendo em vista que “o museu, tal como o entendemos, é um espaço comunicacional por excelência” (ROQUE, p. 48, 2010), o MCNCR vem buscando aprimorar o diálogo que estabelece com o seu público, levando em consideração que:

Se se quer comunicar com o visitante, o primeiro que tem de ser feito é decidir que coisa se quer comunicar e de que maneira essa comunicação será traduzida em uma conduta medível no visitante. Caso não seja feito assim, não somente não poderá se avaliar se realmente temos comunicado alguma coisa, como também não poderemos definir, para a exposição, o tipo de interação que há entre o visitante e a citada exposição, o que é essencial se queremos que exista verdadeira comunicação entre a mensagem que se envia e a que se recebe (SCREVEN, 1976, p. 273).

Dante desta perspectiva, mostra-se que é necessário aprender a adaptar-se e comunicar-se de diferentes maneiras com os mais diversos públicos que utilizam os espaços do museu, a instituição sendo o intermédio capaz de proporcionar possibilidades de comunicação científica por meio do contato ao vivo nos moldes da mediação que vem sendo aplicada e modificada desde o século XIX nos mais diversos ambientes museológicos com o intuito da aproximação do visitante daquilo que o interessa. Mas, devido as rápidas modificações comunicativas acerca das crescentes demandas geradas por uma sociedade cada vez mais conectada digitalmente, se torna necessário também adaptar os meios comunicativos institucionais e ocupar os espaços que vão além do físico e que permitem assim maior acessibilidade por meio do artifício digital.

Sendo assim, este trabalho apresenta duas estratégias de comunicação que foram adotadas no MCNCR, estas com o objetivo de instigar o público e gerar

interesse nas temáticas abordadas pelo museu: as mediações de visitas e as publicações nas mídias digitais do museu.

## 2. METODOLOGIA

A mediação em museus tem como base fundamental o estabelecimento de uma conexão que seja informativa e acessível, buscando estabelecer um diálogo entre o mediador, parte representante da instituição, e o visitante, parte representante do público, em que sempre se deve levar em conta qual é o tipo de público com quem se comunica a fim de promover uma troca de conhecimentos entre as partes e instigar o pensamento crítico acerca de diversos assuntos que venham a ser abordados. A mediação está em constante evolução e busca atingir de forma prática e interessante a maior parte do público possível.

As mediações do MCNCR são sempre auxiliadas por roteiros que são escritos previamente, estes servem para que os mediadores possam estudar os temas das exposições do museu, saber mais sobre o acervo e quais informações mencionar. A criação de roteiros também ajuda a manter as informações científicas do acervo atualizadas, pois estas são as mesmas a serem utilizadas na mediação.

A equipe de mediadores é interdisciplinar, composta por alunos de diversos cursos da UFPel como Ciências Biológicas, Museologia, Turismo, etc. Todos os mediadores que fazem parte da equipe do MCNCR devem passar por um treinamento ao ingressarem no museu. O treinamento é realizado pelos mediadores mais antigos, pois podem guiar de forma experiente os novos integrantes, com o auxílio de servidores técnicos e professores da UFPel.

Partindo do interesse de alcançar cada vez mais pessoas e de promover outras formas de contato com o público interessado no conteúdo científico produzido pelo museu, iniciou-se a produção de materiais destinados às redes sociais, área que demonstra a necessidade de adaptação e mudança, tendo em vista que, atualmente, dedica-se quase que exclusivamente à divulgação de eventos e atividades realizadas pelo MCNCR.

Para a realização da produção de postagens para as redes sociais foi criada uma série intitulada “Ciência no feed” produzida por uma equipe que reúne estudantes das áreas da biologia, design e museologia que atuam na produção dos cards (dentro dos parâmetros estabelecidos no manual da marca), produção dos textos com as informações e produção da descrição das imagens para acessibilidade. Os conteúdos que são explorados para a criação de material destinado às redes abordam elementos relacionados às coleções do museu, como os animais, por exemplo, envolvendo curiosidades relacionadas a hábitos de vida, características biológicas e outros assuntos que expandem a visão sobre esses animais.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

As mediações provam cada vez mais serem um método de sucesso quando se trata de contato com o público, diversas vezes foram elogiadas e são constantemente mencionadas como o maior motivador para se retornar ao museu devido a atenção com que os mediadores têm com o público que atendem e o seu interesse em conversar sobre os temas relevantes das exposições. É por meio dos mediadores que os visitantes conhecem os museus nos seus aspectos

de conteúdo, mas também a sua organização, a sua arquitetura e a sua função social.(MARANDINO, 2008)

Os materiais feitos para as redes sociais ainda não foram publicados, porém se espera que estes aumentem o fluxo das interações virtuais com o MCNCR e que estas possam gerar maior engajamento, atrair novos seguidores e contribuir para a divulgação do espaço físico, além de ampliar o alcance do conhecimento científico difundido a partir das coleções.

#### **4. CONSIDERAÇÕES**

A diversidade nas formas narrativas do discurso das mediações e a criação de materiais virtuais demonstram a importância de adaptações no processo comunicativo com o público de forma que deve constantemente se reinventar e evitar se prender a moldes mais formais ou até datados. Isso caracteriza um dos desafios com relação à divulgação científica, tendo em vista as diferenças sociais dos públicos frequentadores dos espaços museais (MARANDINO, 2001).

Tais ações são capazes de ampliar a difusão da divulgação científica realizada e a acessibilidade do público em geral, popularizando o conhecimento, instigando os visitantes e gerando maior interesse nos temas de educação ambiental e conhecimento científico promovidos pelo MCNCR.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ROQUE, M. I. R. Comunicação no museu. In: Magalhães, A. M., Bezerra, R. Z., Benchetrit, S. F.I (Orgs.). **Museus e comunicação: Exposições como objeto de estudo**. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010, p. 45-66.

Screven, C. G. **The Application of Programmed Learning and Teaching Systems Procedures for Instruction in a Museum Environment**. Estados Unidos: U.S. Office of Education, Bureau of Research. 1976.

MARANDINO, M; BIZERRA, A; NAVAS, A. M; OLIVEIRA, A. D; STANDERSKI, L; MONACO, L; MARTINS, L. C; SOUZA, M. P. C; GARCIA, V. A. R. **Educação em museus: a mediação em foco**. 2008.

Acessado em 6 ago. 2025. Disponível em:

<http://www.geenf.fe.usp.br/v2/wp-content/uploads/2012/10/MediacaoemFoco.pdf>

MARANDINO, M. **O Conhecimento Biológico nas Exposições de Museus de Ciências**: análise do processo de construção do discurso expositivo. 2001. 434 f. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade de São Paulo.