

COVID-19 E 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS: PRODUÇÕES E APROPRIAÇÕES DIGITAIS

Tatiana Araujo de Lima

Patrícia Kayser Vargas Mangan

Universidade La Salle

Introdução

A *14ª Primavera dos Museus: Mundo Digital em Transformação* foi promovida, no Brasil, pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), que é uma autarquia vinculada ao Ministério do Turismo do Brasil, criada por meio da Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, com a missão de “promover a valorização dos museus e do campo museal a fim de garantir os direitos às memórias, o respeito à diversidade e a universalidade de acesso aos bens musealizados” (IBRAM, 2020a). Ainda a partir disso “dentre suas atribuições, estão a coordenação da Política Nacional de Museus (PNM), além da promoção de políticas públicas, programas e projetos voltados à organização, gestão e desenvolvimento dos museus brasileiros e da memória nacional”. (IBRAM, 2020a); além do “aumento de visitação e arrecadação dos museus, fomento de políticas de aquisição e preservação de acervos e criação de ações integradas entre os museus brasileiros” (IBRAM, 2020b).

Para que possamos compreender o foco dessa pesquisa, é significativo contemplar o que consistiu o evento, assim como o fato pontual de que se tenha tornado totalmente digital nesta edição de 2020. Tal evento, já em sua décima quarta edição, tem significado abrangente para diferentes instituições culturais e museais brasileiras. Em 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS (2020) é possível acessar dados relativos a sua formulação, assim como toda a programação que abrangeu atividades de 21 à 27 de setembro de 2020, em âmbito digital; também nos sendo possível vislumbrar detalhes que subsidiaram o fato desta edição privilegiar o digital e suas possibilidades em ambientes digitais, redes sociais e websites na internet.

Para que pudessem ter sido realizadas algumas das análises que subsidiam tal pesquisa houve acompanhamento sistemático de variáveis pertinentes, assim como o uso de possibilidades netnográficas vislumbradas em Kozinets (2014) aplicadas à programação completa do evento, contextualizando aspectos referentes a sua repercussão digital. Das observações preliminares, há ênfase em aspectos entrelaçados respectivos à natureza das apropriações digitais empreendidas pelas diferentes instituições culturais e museais participantes do evento. Tais resultados serão divulgados e compartilhados em maiores detalhes na apresentação a ser realizada nesta sexta edição do *Jornadas MERCOSUL Memória, Ambiente e Patrimônio*, buscando também problematizar contextos vinculados à natureza das apropriações digitais de algumas instituições culturais e museais participantes. É significativo frisar que dentro dessa pesquisa, se pretende privilegiar diferentes olhares que também contextualizem aspectos referentes à gestão cultural e opções vinculadas à gestão estratégica de conteúdo digital na internet e redes sociais, sob diferentes finalidades; dentre elas, o estreitamento de laços com o público e ressignificação desses espaços, abrangendo aspectos vinculados à participação social, colaboração, cocriação, interatividade e imersão.

Uma primavera com museus no mundo digital

Desta forma, para que se possa alcançar o objetivo de analisar e compreender as apropriações digitais empreendidas pelas instituições culturais e museais, definimos uma amostra de 522 instituições participantes. Essas instituições foram analisadas quanto a sua presença nas diferentes mídias sociais, no caso, melhor especificadas para



compreensão aqui como redes sociais. Deste modo, se busca uma maior compreensão das publicações por parte dessas instituições culturais e museais nas diferentes redes sociais e ambientes digitais na internet, tendo em vista o foco na programação oficial divulgada na 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS (2020). Nos interessa, nesse âmbito, possíveis relações suscitadas e a importância significativa que se pretende dar em relação à participação, colaboração e cocriação surgidas a partir do público que interage com essas publicações.

Em relação a essa participação, que se pode dizer aqui, tratar-se de uma participação social, é imprescindível afirmar-se de que é algo que atua em meio ao digital, de forma potencial, na maneira como atua de forma a alavancar em forma de compartilhamento de publicações e ações, para outros âmbitos e outras redes de contatos, ressignificando, potencialmente, o que foi postado pelos participantes desta edição da 14ª *Primavera dos Museus*. Tal aspecto amplia, consideravelmente, o potencial multiplicador dessas informações, podendo inclusive, ser um formador de opinião e, mesmo, uma forma de estreitar laços com novos públicos em escalas globais talvez antes nunca imaginadas.

Também nos parece interessante o fato de cada vez mais as instituições culturais e museais se preocuparem com o papel transformador do digital, associado também as suas possibilidades de apropriação digital bastante visíveis nas propostas temáticas de um número considerável dos participantes. Ao refletir acerca das ações digitais promovidas pelas instituições culturais e museais ao longo da 14ª *Primavera dos Museus*, há um incremento na possibilidade potencial de tais atividades no que tange o estreitamento de laços com o público, sendo, muitas vezes, o público que já acompanhava a programação dessas instituições, como também outros públicos que passaram a se interessar em conhecer de forma mais apurada o acervo e as especificidades dessas instituições.

Dentre as propostas observadas e mapeadas, dentro do escopo dessa amostra, destaca-se o fato de duas instituições participantes da 14ª *Primavera dos Museus* optarem por divulgar ações digitais na rede social Tik Tok (criado em setembro de 2016 e atualmente bastante popular entre adultos, adolescentes e crianças). Se pensarmos no fato de que duas instituições brasileiras buscam se tornar visíveis nessa rede social, fazendo questão de organizar e divulgar ações específicas digitais na programação presente na 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS (2020), há possibilidades que desejem estreitar laços com novos públicos, ou mesmo, se utilizar de uma linguagem mais direta e pontual em suas postagens. O Tik Tok tem sido amplamente utilizado de forma estratégica como uma das redes sociais principais pelo *Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS*, mantido pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul; em que publicam diferentes vídeos relacionados as suas coleções e, principalmente, realizam *Lives* ao vivo pelo Tik Tok, articulado às publicações do *Facebook* e ao website do museu. Também se destaca no uso do Tik Tok, o *Museu Imperial*, sediado em Petrópolis, no estado do Rio de Janeiro, o qual compartilhou nas semanas do evento, uma série de pequenos vídeos respectivos a curiosidades acerca de seu acervo.

Pelo levantamento realizado, houve o uso, preferencialmente, pelas instituições dessa amostra, das redes sociais *Facebook* e *Instagram*, sintonizadas, em alguns casos, também com o *YouTube*, e mesmo, o *Twitter*. Dentre a maior parte das instituições que optaram por realizar *Lives*, muitas permaneceram gravadas e disponíveis em suas principais redes sociais, destacando-se, o *Facebook*, o *Instagram* e o *YouTube*. Contudo, foi bastante significativo, ao observar-se essa amostra perceber que há instituições que parecem não ter uma gestão estratégica que abarque todas suas redes sociais; visível no fato de que mesmo estando presentes em várias redes sociais, muitas delas se encontravam totalmente desatualizadas em publicações, o que dificulta a efetividade de ações de marketing e conteúdo digital.

Tais questões, possivelmente, entrelacem-se com o fato de que a pandemia de COVID-19 surgiu de forma intempestiva, trazendo a demanda do digital de forma contundente para muitas instituições culturais e museais. Desta forma, há a hipótese de que muitas dessas instituições ainda não tinham uma organização efetiva e nem colaboradores com formação adequada, para lidarem imediatamente com esses desafios digitais, provavelmente, ainda no processo de eclosão da pandemia no Brasil, surgido em março de 2020. Entretanto, é bastante visível o quanto muitas instituições têm sido criativas em soluções digitais originais, empreendendo ações bastante curiosas e interessantes, em busca de conquistarem maior participação social, estreitamento de laços com novos públicos e,



avanços relacionados à cocriação e colaboração social, principalmente, ao buscar vincular a atenção desses públicos para suas ações e publicações de cunho digital.

Contudo, nem sempre uma boa proposta digital, é bem compreendida, ou mesmo reconhecida pelos pares, pois também depende de como ela têm sido compartilhada nas redes sociais. Para que ações digitais estratégicas possam ser reconhecidas, é preciso que a proposta chegue, de forma exponencial e, mesmo, viral, a muitas pessoas, de diferentes grupos, para que sinergicamente, ela também possa ser compartilhada entre muitos pares.

Dentro deste ponto de vista, não se trata apenas da natureza da apropriação digital que é feita por uma determinada instituição cultural ou museal, mas também o quanto esse conteúdo vinculado digitalmente é posto em diálogo com o público, o quanto também essas iniciativas são propulsoras de novos diálogos e ressignificações. Para que haja participação social vinculada a proposta disponibilizada junto a um determinado conteúdo digital, é preciso também que essa seja resignificada pelo público que acompanha e interage com as publicações. E para que possam atingir cada vez mais grupos de pessoas e cheguem a conquistar novos públicos, essas propostas precisam sinergicamente se fazer presentes, de forma dinâmica e estratégica, em diferentes redes sociais, ambientes digitais e sites; que possam ser interessantes tanto para divulgar tais propostas, quanto para estimular maior engajamento do público, assim como o compartilhamento espontâneo desses conteúdos digitais para outros pares.

Desta maneira, não bastam apenas as instituições culturais e museais somente desenvolverem ações digitais vinculadas à *14ª Primavera dos Museus*, mas também que se atentem ao fato de continuar a dar continuidade ao fluxo de postagens e ações digitais em suas principais redes sociais de maior abrangência e popularidade. De forma que o público que possa ter se interessado ao longo da vigência do evento, seja constantemente estimulado a visitar as principais redes sociais dessas instituições; o que pode trazer ganhos em vínculo, estreitamento de laços e, em maior escala, ganho de novos públicos, por meio da participação social propagada por meio do compartilhamento de postagens dessas instituições para pares desse público interessado.

Para que se possam compreender melhor as intersecções entre as apropriações digitais e a participação social no meio digital, vinculada aos museus, há alguns aspectos em que Reis (2019) corrobora, um deles relativo aos desdobramentos digitais relacionados à apropriação digital, que passam a ser vistos como instrumentos de preservação, especialmente, em relação a sua potência privilegiada de compartilhamento de informações, em que os esforços de preservação, notoriamente, estariam vinculados à participação social em meio ao contexto da era digital e o surgimento de novas formas de preservação.

Ao avançar acerca das contribuições de Pollak (1992) é possível vislumbrar a importância que o autor dá aos elementos constituintes da memória, referida aos eventos, pessoas e personagens; em que os lugares de memória são aqueles constituídos pelos vínculos a uma determinada lembrança, que pode ser pessoal, ou mesmo ligada aos grupos, ou que pode ser vinculada a uma lembrança recente ou mesmo distante do espaço e tempo que estamos no momento em que estamos vivendo.

Sob essas diferentes perspectivas, pode-se avançar na reflexão que as instituições culturais e museais são, sob certo aspecto, parte preponderante das memórias coletivas. E ainda, que tais representações da memória, estão subjetivamente, em constante processo de ressignificação, pois sempre estão em relação com as pessoas e os grupos coletivos que se relacionam com esses espaços da memória, os constituem e o resignificam ao longo dos tempos.

Para além destas perspectivas, Côrrea (2017), enfatiza que os museus adquirem papel potencial de extrema importância acerca da democratização da informação. Há mais de duas décadas Lévy (1999), também já enfatizava o fato da existência de uma nova dinâmica que passa a ser questionada, presente nas novas formas de construção do conhecimento vinculadas ao digital, que contemplam a democratização do acesso à informação.

Embora ambos autores discorram em torno de diferentes aspectos, um em relação aos museus e o outro em relação à construção do conhecimento em meio à cultura digital; é interessante o quanto a democratização do acesso



a informação estava presente em ambas reflexões. É contundente e ao mesmo tempo significativo se observar tal questão, porque a democratização do acesso à informação está em seu cerne, tanto cada vez mais presente na cultura digital quanto cada vez mais emergente e significativa para os museus em sua dimensão sócio-cultural-econômica.

Desta forma, é bastante interessante se perceber, na contemporaneidade, e, principalmente, nesse período pandêmico, o incremento de ações por parte dos museus, em direção tanto ao estreitamento de laços com o público quanto da democratização de seus acervos; uma vez que passam a se utilizar em grau muito maior e mais intenso de diferentes possibilidades de apropriações digitais, usando soluções que vão muito além da disponibilização de seus acervos, na direção a inovações da ordem do híbrido, ou mesmo na criação de ambientações digitais e estratégicas, investindo na imersibilidade e na realidade aumentada, os quais extrapolam a simples disponibilização de acervos para acesso digital.

Tais diferentes propostas em apropriações digitais trazem possibilidades tão singulares, que muitas dessas trazem inovações antes nunca usadas ou mesmo pensadas como possíveis, trazendo significativas rupturas que necessitam ser compreendidas à luz de olhares mais pontuais, sutis e atentos. Em relação ao digital e suas possibilidades engendradas pelas apropriações digitais a ser observadas e pesquisadas, há aspectos relevantes, como por exemplo, a democratização dos museus, surgida também em virtude dos incrementos em forma de participação do público junto aos museus.

No que tange as problemáticas relativas à gestão cultural, é pertinente considerar, os apontamentos de Baltá (2020), relativos aos principais desafios no período pós COVID-19, em que o autor enfatiza ser cada vez mais necessário que as implicações sociais, econômicas, ambientais, políticas e éticas façam parte da ação cultural e de sua gestão; enfatizando a importância de tornar mais presente e mais visível o senso de responsabilidade da cultura em relação à sociedade como um todo. É bastante significativo ao autor, o fato de mesmo em meio a todas as dificuldades, a gestão cultural ater-se em ajudar a articular os diálogos e colaborações necessários por meio do reconhecimento de que o período de crise pandêmico fez da cultura um elemento-chave da vida de muitas pessoas. Há ainda ênfase nos aspectos relacionados à colaboração como um elemento importante na definição de novas maneiras de fazer as coisas a partir da gestão cultural.

E no que tange em especial, nosso interesse de pesquisa pelas apropriações digitais e suas possíveis relações com a gestão cultural, torna-se interessante refletir acerca das palavras de Baltá (2020) quando cita François Matarasso em relação ao fato de assumir que todas as instituições culturais terão que rever as formas de se relacionar com os públicos; sublinhando, essencialmente, a necessidade de revisar os modelos de governança, oferecendo novas maneiras de participar coletivamente tanto na tomada de decisões quanto no gerenciamento de processos e atividades culturais.

Considerações Finais

Em relação às apropriações digitais em meio à pandemia de COVID-19, é significativo que se atente ao fato de que não se deseja afirmar que antes desse período essas não existiam, ou mesmo, museus e instituições culturais não se legitimavam no digital ou investiam em publicações em redes sociais e ambientes digitais imersivos, interativos ou mesmo, virtuais e até híbridos. Contudo, há a hipótese que a pandemia e seus desafios trouxeram significativos aportes para algumas instituições culturais e museais, que passaram a se desenvolver com muito maior desenvoltura nos ambientes digitais, buscando nos desafios pandêmicos fôlego para ousar e investir em soluções digitais, que em suas historicidades, muitas vezes, antes nunca tinham sido utilizadas, ou mesmo, talvez até imaginadas possíveis. É muitas vezes em meio a grandes desafios que a criatividade traz em seu bojo possibilidades em forma de inovações.

É a partir desse contexto detectado acima que pode tornar-se perceptível, em algumas instituições culturais e museais e suas apropriações digitais, o desenvolvimento de diferentes soluções digitais, almejando tanto a criação de ambientes híbridos como também a própria resignificação dos ambientes museológicos; imbricando-se com



propostas de visitas realizadas ao vivo e em tempo real, aos quais junto a outras possibilidades em apropriações digitais, têm estreitado laços pela internet a níveis globais, assim como se ampliado em possibilidades de ressignificação da arte, das instituições culturais e dos museus, acrescentando significado advindo de uma possível democratização dos museus e seus acervos patrimoniais.

Referências

BALTÁ, J. 10 reflexões e desejos para a gestão cultural pós COVID-19. **Observatório da Diversidade Cultural**. 29 maio 2020 Disponível em: <<http://observatoriodadiversidade.org.br/site/noticias/gestao-cultural-pos-covid-19/>>. Acesso em: 13 set. 2020

CÔRREA, V. F. Patrimônio Arquivístico Digital: práticas memoriais de preservação digital dos arquivos públicos no Brasil. 2017. 197 f. **Tese** (Doutorado em Memória Social) – Programa de Pós-Graduação em Memória Social, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<http://www.memoriasocial.pro.br/documentos/Teses/Tese73.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

IBRAM. WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [San Francisco: Wikimedia Foundation], 21 jun. 2011. 2020a Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Instituto_Brasileiro_de_Museus>. Acesso em: 20 set. 2020.

IBRAM, Instituto Brasileiro de Museus. Mundo digital: museus em transformação. **14ª Primavera dos Museus**, 2020. Online. Disponível em: <<http://eventos.museus.gov.br/>>. Acesso em: 16 set. 2020.

IBRAM. Portal IBRAM. [Brasília, 2020b]. Disponível em: <<https://www.museus.gov.br/sobre-o-orgao/>>. Acesso em: 20 set 2020.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, v. 5 n. 10, p. 200-212, 1992.

REIS, M. G. dos. Patrimônio Cultural Brasileiro na era digital: da digitalização de acervos à preservação participativa na internet. 2019. 181 f. **Tese** (Doutorado em Memória Social e Patrimônio Cultural) – Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2019. Disponível em: <<http://guaiaca.ufpel.edu.br:8080/handle/prefix/5483>>. Acesso em: jun. 2020.

