

## 14ª Primavera dos Museus: registrando memórias digitais da pandemia

Tatiana Araújo de Lima<sup>1</sup>Patrícia Kayser Vargas Mangan<sup>2</sup>

**Resumo:** A pandemia de COVID-19 trouxe diferentes atravessamentos para as áreas de gestão cultural – abrangendo artistas, produtores, instituições culturais e museais. Dos desafios refletidos acerca das demandas por isolamento e distanciamento social por parte da pandemia, surgiram diferentes práticas vinculadas ao universo digital. Utilizando a metodologia de netnografia digital, de Kozinets (2014), este artigo investiga aspectos respectivos à natureza das apropriações digitais empreendidas pelas diferentes instituições museais referentes à produção e compartilhamento das memórias da pandemia, tendo foco nas ações digitais das instituições participantes do evento 14ª Primavera dos Museus: Mundo Digital em Transformação, promovido pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), em 21 a 27 de setembro de 2020. Da programação da 14ª Primavera dos Museus com 520 participantes, foram rastreadas 56 instituições participantes que fizeram referência direta à pandemia (46 à palavra pandemia e 10 à palavra COVID-19), das quais surgiram subgrupo de sete compondo resultados contextualizados nesse artigo. Nas discussões relacionadas às intersecções dos museus com a comunicação digital, surgem possibilidades de reflexão do papel significativo dos públicos em relação aos museus, e, principalmente, acerca do papel relacionado à participação social, à colaboração e à cocriação; abrangendo novas formas de pensar tanto dos museus quanto em relação às possíveis interações que se possa vivenciar a partir desse processo.

**Palavras-chave:** 14ª Primavera dos Museus; Museu Digital; Memória Digital; Comunicação Digital; COVID-19.

## 14th Spring of the Museums: registering digital memories of the pandemic

**Abstract:** The COVID-19 pandemic brought different crossings to the areas of cultural management – covering artists, producers, cultural institutions and museums. From the challenges reflected in the demands for isolation and social distancing by the pandemic, different practices linked to the digital universe emerged. We used digital netnography, by Kozinets (2014), as methodology to investigate different aspects related to the nature of the digital appropriations undertaken by different museum institutions regarding the production and sharing of memories of the pandemic, focusing on the digital actions of the institutions participating in the event 14th Spring of Museums: Digital World in Transformation, promoted by the Brazilian Institute of Museums (IBRAM), from September 21 to 27, 2020. From the 14th Spring of Museums program with 520 participants, 56 participating institutions were found that made direct reference to the pandemic (46 to the word pandemic and 10 to the word COVID-19), from subgroup of 7 institutions which the results briefly contextualized in this article emerged. In discussions related to the intersections of museums with digital communication, possibilities arise for reflection on the significant role of audiences in relation to museums, and, mainly, on the role related to social participation, collaboration and co-creation; covering new ways of thinking both in museums and in relation to the possible interactions that can be experienced from this process.

**Keywords:** 14th Spring of Museums; Digital Museum; Digital Memory; Digital Communication; COVID-19.

1 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle (Canoas - Brasil). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: <tatypsico@terra.com.br>

2 Professora do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle, vinculada à linha de pesquisa Memória e Linguagens Culturais.

## Introdução

A pandemia de COVID-19 trouxe diferentes atravessamentos para as áreas de gestão cultural – abrangendo artistas, produtores, instituições culturais e museais. Dos desafios refletidos acerca das demandas por isolamento e distanciamento social por parte da pandemia, surgiram diferentes práticas vinculadas ao universo digital. Dentre elas, ressaltam-se iniciativas de instituições culturais e museais em desenvolverem estratégias digitais para que o público participe contribuindo com suas memórias da pandemia, por meio de diferentes tipos de possibilidades; por vídeo, foto, áudio, inclusive, abrangendo envio de objetos que tenham relação com as memórias da pandemia.

Para que pudessem ter sido realizadas algumas das análises preliminares que subsidiam tal pesquisa a ser aqui apresentada, houve acompanhamento sistemático de aspectos pertinentes combinados ao uso de possibilidades netnográficas vislumbradas em Kozinets (2014). Das observações preliminares, há ênfase em aspectos respectivos à natureza das apropriações digitais empreendidas pelas diferentes instituições culturais e museais referentes à produção e compartilhamento das memórias da pandemia, tendo foco nas ações digitais das instituições participantes do evento 14ª Primavera dos Museus: Mundo Digital em Transformação, promovido pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), no segundo semestre de 2020.

Para que se pudesse empreender a meta de rastrear, de forma sistemática as instituições museais e culturais que fizeram alusão direta à pandemia durante esse evento, utilizou-se do acesso à programação (arquivo pdf) da 14ª Primavera dos Museus: Mundo Digital em Transformação presente em GUIA DA 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS (2020), no qual houveram 520 instituições inscritas, das quais, em nossa pesquisa foram rastreadas 56 instituições participantes que fizeram algum tipo de referência direta à pandemia (46 à palavra pandemia e 10 à palavra COVID-19). Desse primeiro grupo selecionado dos 56 participantes, que compôs nosso primeiro levantamento, realizamos um novo rastreamento buscando instituições culturais e museais que se destacassem pela natureza inusitada das apropriações digitais que propuseram ao longo da 14ª Primavera dos Museus, seja em forma de *webinars*, *Lives*, transmissões via *YouTube*, como também iniciativas se utilizando de plataformas digitais, exposições virtuais digitais e redes sociais. Assim, das 56 instituições inicialmente analisadas, nosso grupo no segundo levantamento reduziu-se para sete instituições que encontram-se contextualizadas ao longo desse artigo. Desta maneira, buscou-se referências metodológicas na netnografia digital, apresentada por Kozinets (2014) em sua obra – Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online.

A metodologia para o desenvolvimento dessa pesquisa, que parte do rastreamento a partir do uso de duas palavras-chaves (pandemia e COVID-19), encontra-se amplamente baseada nos apontamentos de Kozinets (2014), no qual enfatiza o quanto levantamentos são utilizados para informar questões significativas a respeito de comunidades e culturas on-line, podendo ser bastante férteis para fornecer visão geral e maior compreensão de padrões que se deseja visualizar.

Desta maneira, torna-se bastante útil a forma como se busca agrupar macros conjuntos em conjuntos menores, ou seja, na medida em que se vai avançando nos levantamentos e filtrando, conforme as variáveis que se tenha em destaque, até culminar em conjuntos menores – há a possibilidade de contrapor esses achados com contextos e questões que tenham relação com o que se pretende visualizar melhor, assim como avançar-se na compreensão desses à luz de ecossistemas contextuais complexos, em que há variáveis sócio-econômicas-culturais que podem ser cruzadas.

Tais questões tornam-se bastante significativas para o ponto de vista de uma netnografia digital, na medida em que também são potenciais oportunidades de análise das relações vivenciadas pelos grupos de pessoas que interagem, dialogando por meio de comentários ou outros meios digitais de troca de mensagens. O autor Kozinets (2014) ressalta ser na reunião social estabelecida por participantes que se encontram presentes em diferentes partes do mundo, geograficamente dispersos, mas instantaneamente acessíveis uns aos outros – o ponto culminante que traz em si um ethos participativo e democrático predominante nas relações sociais estabelecidas entre seus membros. Desta maneira, poderíamos dizer que as comunicações on-line abrem potencialmente múltiplas possibilidades, assim como também privam, na medida em que limitações tecnológicas e de banda larga de acesso à internet, podem repercutir em defasagens no tempo e falhas que podem interferir na qualidade e perpetuação de atividades sincrônicas digitais, como também na inviabilização de acesso à internet e suas inúmeras possibilidades.

Também há destaque quando Kozinets (2014) ressalta o quanto a netnografia envolve a abordagem indutiva quanto à análise de dados qualitativos, partindo do pressuposto de que indução é uma forma de raciocínio lógico, na forma que observações subjetivas são construídas para que se possa abarcar um determinado fenômeno. Desta forma, a análise é o exame detalhado do todo, decompondo-o em partes, traçando diferentes tipos de comparações; abrangendo todo o processo de transformar o que foi rastreado nos levantamentos junto às observações dos vestígios de interação, da participação e da observação netnográfica. Assim, podem fazer parte desse material a catalogar – capturas de telas, arquivos de texto e gráficos, notas de campo reflexivas, transcrições de entrevistas on-line, assim como notas referentes à grupos focais on-line; de forma que isso possa orientar o subgrupamento dos dados coletados pelo pesquisador, ao começar a localizar temas relevantes ou realizar classificações que julga relevantes.

Este artigo tem como foco principal contextualizar de que modo têm sido abordadas e registradas as memórias desse período da pandemia, assim como as diferentes alusões à pandemia da COVID-19 (causada pelo vírus SARS-CoV-2), realizadas por instituições participantes da décima quarta edição do evento. A partir dessa oportunidade de compartilhamento de memórias, se frisa o interesse em também problematizar contextos vinculados à natureza das apropriações digitais das instituições culturais e museais participantes da 14ª Primavera dos Museus, com foco nas iniciativas relacionadas ao resgate e participação social vinculadas às memórias da pandemia. 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 as quais, destacam-se, o estreitamento de laços com o público e a ressignificação desses espaços, abrangendo aspectos vinculados à participação social, colaboração, cocriação, interatividade e imersão; privilegiando focá-las em relação às práticas relacionadas às memórias da pandemia.

### **Sobre a 14ª Primavera dos Museus**

Para que possamos compreender o foco dessa pesquisa, é significativo contemplar no que consistiu essa versão totalmente digital. 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 em GUIA DA 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS

(2020) toda a programação desenvolvida por instituições culturais e museais, que abrangeu atividades de 21 a 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.

Da programação da 14ª Primavera dos Museus, visível em GUIA DA 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS (2020), das 520 instituições participantes, foram rastreadas nessa pesquisa, 56 instituições que fizeram algum tipo de referência direta à pandemia (46 à palavra pandemia e 10 à palavra COVID-19), após, em novo levantamento desse grupo menor, chegou-se a um subgrupo de sete instituições que foram a seguir destaque nas problematizações do tema ao longo desse artigo. Dentre as 56 participantes inicialmente rastreadas, cabe ressaltar, que foram encontradas algumas alusões simples à pandemia, como justificativa para que as atividades dessa edição fossem realizadas digitalmente e somente pela internet; porém, destacaram-se práticas vinculadas à promoção de debates relacionados aos desafios enfrentados perante à pandemia, além de diferentes iniciativas, que visaram proporcionar espaços para que se ressignificassem aspectos relacionados mais diretamente às memórias respectivas à pandemia.

Nossa análise é focada em pontuar e contextualizar as iniciativas referentes às memórias da pandemia, empreendidas pelas instituições culturais e museais participantes da 14ª Primavera dos Museus: Mundo Digital em Transformação, utilizando-se de levantamento netnográfico baseado em Kozinetz (2014), em que das 520 instituições participantes, rastreamos 56 instituições mapeadas, ao qual julgamos necessário que obtivéssemos um subgrupo, chegando as sete instituições descritas e contextualizadas ao longo desse artigo. Tal evento foi promovido, 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).

Dentre as observações dessa amostra de 56 instituições identificadas, torna-se inegável a importância de se constatar que há várias instituições culturais e museais que optaram por trazer à tona discussões sob diferentes aspectos relacionados aos desafios da pandemia e suas consequências à respeito das incontestáveis influências nas práticas culturais e museais. Tal destaque traz uma importância no que tange o fato de potencializar possibilidades de ressignificação desse processo pelos próprios atores e público que vivenciam tais desafios. As diversas *Lives*, *Webinars* e encontros via *Google Meet* desenvolvidos por essas instituições rastreadas nessa pequena amostra são o ponto culminante dessa trajetória processual que não começa e nem termina no âmbito desse evento. Tais aspectos norteadores dessa discussão relativa aos impactos pandêmicos nas atividades desenvolvidas pelas instituições culturais e museais têm sido pauta de diversos debates e parte significativa de diferentes eventos dos setores envolvidos, tanto em âmbito brasileiro quanto internacional, tendo-se em vista que os impactos da pandemia da COVID-19 são globais.

Para que se possa vislumbrar os resultados dessa breve pesquisa, nos cabe frisar nosso foco restrito à análise de iniciativas referentes às memórias da pandemia, divulgadas na programação oficial em GUIA DA 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS (2020). Contudo, interessa, nesse âmbito, também possíveis relações suscitadas, assim como 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.

Tais iniciativas, presentes no interesse em empreender essa breve pesquisa, na análise mais acurada e sutil, referente às diferentes iniciativas empreendidas pelas instituições culturais e museais participantes da 14ª Primavera dos Museus: Mundo Digital em Transformação; vão ao encontro de análises que busquem também compreender o valor dessas memórias da pandemia, compartilhadas e ressignificadas pelos vários sujeitos que as compõem, dialeticamente tanto pelo público que participa e as compartilha quanto pelas instituições que empreendem tais iniciativas.

Das observações realizadas no escopo dessa amostra, foram encontradas iniciativas sob diferentes perspectivas abarcando as memórias da pandemia. Há destaque à Cartografia das Memórias (<https://cartografiadasmemorias.org/>), que traz um projeto que busca oportunizar o resgate sonoro das memórias da pandemia. O projeto se propõe a registrar e preservar, através de relatos orais, as memórias de vivências individuais e coletivas durante a pandemia da COVID-19. Assim, sem fins lucrativos, o Projeto Cartografia das Memórias é formado por pessoas que atuam em diversas áreas, tendo se reunido, inicialmente, através do Laboratório de Emergência | Covid-19, sob o intuito de atuar colaborativamente na construção de alternativas solidárias no contexto da pandemia. Atualmente, Cartografia das Memórias segue sendo realizado por esse grupo coletivo de colaboradores, com o apoio financeiro concedido pela Open Society Foundations, sendo gerenciado pelo Centro de Direitos Humanos Aplicados – Universidade de York (Reino Unido) [Arte + Ativismo Contra a Repressão Durante a Crise da Covid-19].

Tal iniciativa do Projeto Cartografia das Memórias está presente em várias redes sociais – *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* – o que facilita a localização rápida, pois apresenta o mesmo logotipo como identidade visual junto ao link que leva ao site principal do Projeto. Contudo, ressalta-se que o Projeto Cartografia das Memórias não está com essas redes sociais estrategicamente atualizadas, nem atuando de forma sinérgica integrada. O projeto é muito interessante e se for mais cuidadosamente compartilhado nas redes sociais, de forma sinérgica e bem incorporada; poderá expandir-se ainda mais, de forma exponencial, não só em direção ao público que já conhece a proposta ou se interessa pela temática, como também em direção a novos públicos que possam vir a se interessar, participar, interagir e compartilhar a proposta. É significativo ressaltar que um dos grandes desafios relativos às redes sociais culmina no fato de que necessitam ser atualizadas, pois precisam estar interligadas sinérgicamente para que possam ser potenciais formas de

promover o compartilhamento de informações, a interação e, principalmente, possam viabilizar diferentes formas de contato entre pessoas e grupos interessados.

Outra iniciativa, é realizada pelo Museu Diários do Isolamento – MuDI, vinculado à Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), no estado do Rio Grande do Sul, em que traz a Exposição “Cartas que levam abraços” (<https://mudiufpel.com/exposicao-cartas-que-levam-abracos/>) à 14ª Primavera dos Museus. A Exposição surgiu da intenção de retomar o hábito de escrever cartas potencializadas como oportunidades de troca de carinho, da busca pela perpetuação de sentimentos e a ressignificação de memórias. Tais cartas surgiram a partir do refletir a respeito das rotinas em meio aos sentimentos de saudade e aos abraços que desejam ser dados ao longo da pandemia. Promovida com o intuito de ser exposta na 14ª Primavera dos Museus, tal exposição foi compartilhada ao público em forma de chamada na rede social Facebook e, depois, desenvolvida como exposição no site em Museu Diários do Isolamento por tempo limitado – 21 de setembro de 2020 à 30 de novembro de 2020 – retornando à exposição digital em 2022, em novo link do site do Museu Diários do Isolamento (<https://acervosvirtuais.ufpel.edu.br/mudi/3732-2/>).

Já o Museu da UFRGS, de Porto Alegre, também no estado do Rio Grande do Sul, mantido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), trouxe perspectiva diferente mas complementar, no vídeo (<https://youtu.be/eXYJB7siXyU>) de um esquete teatral abordando diferentes reflexões acerca dos desafios enfrentados pelos idosos em tempos de pandemia. Dentre outras iniciativas, também se destaca o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (MAC/MCC), na Praia de Iracema, em Fortaleza, no estado do Ceará, que trouxe à roda conversas ([https://youtu.be/ceYrRZeE1\\_g](https://youtu.be/ceYrRZeE1_g)) com pessoas deficientes visuais que precisam enfrentar desafios de locomoção em tempos de pandemia. Há também dentro da nossa amostra, a iniciativa da Casa FIAT de Cultura em que promoveu uma *Live*, de tradução simultânea, com o professor, sociólogo do trabalho e também escritor italiano Domenico De Masi, abordando o tema dos aprendizados que a sociedade está tendo durante a pandemia mundial da COVID-19 (<https://youtu.be/ZanZ0BhrgqM>).

Dentro desta perspectiva, é significativo frisar o que Halbwachs (2006) enfatiza em relação à memória, ao fato dela ser um hábito, que vem incorporada ao longo de nossas vidas, que está em nós, que parece estar inscrita em nosso próprio corpo. Desta forma, enfatiza a importância da memória coletiva dos grupos e das memórias subterrâneas, o quanto ambas estão imbricadas em seus processos de formação e ressignificação. Desta concepção, surge a necessidade de que haja um testemunho para um fato e que esse fato se torne memória para um grupo. Assim, tal testemunho, serve para reforçar ou enfraquecer, como também para completar o que sabemos de um evento sobre o qual já tivemos alguma informação.

Tal perspectiva acima pontuada nos serviria tanto para buscar refletir a respeito da complexidade das memórias vinculadas aos diferentes tipos de patrimônios, como também o quanto se pode fazer de testemunhos, importantes e significativos tanto para os grupos que os compartilham, como também possíveis de serem considerados pertinentes no futuro, pelo que trazem de conteúdo de memórias do passado. Nas diferentes intersecções propostas em meio à pandemia, muitos museus espalhados pelo mundo e, também no âmbito brasileiro, têm recolhido em diferentes ações interativas digitais, depoimentos em forma de imagens, sons, vídeos e objetos a respeito da experiência da pandemia. Tais memórias vinculadas às histórias de vida dessas pessoas, são relatos e, principalmente, se intensificam quando vinculadas às memórias afetivas relativas ao evento da pandemia, em que trazem aspectos potenciais vinculados aos

processos e desafios a que as pessoas estiveram submetidas abruptamente em meio às demandas de isolamento e distanciamento social, assim como em relação a possíveis conflitos e ao medo recorrente de sua morte e de seus familiares.

A fim de suscitar reflexões acerca do patrimônio afetivo, a partir de nossa amostra, o Museu Histórico e Antropológico da Região do Contestado, de Caçador, do estado de Santa Catarina, (<https://www.facebook.com/museu.docontestado>) trouxe uma exposição on line, em suas redes sociais, de fotografias tiradas pela população caçadoreense, mostrando o que consideraram como patrimônio durante ao longo da pandemia, visíveis em (<https://www.facebook.com/museu.docontestado/posts/3291764534253877>).

Também buscando ressignificar os processos de patrimônio junto à participação social do público, e incentivar a colaboração e cocriação, o Museu Irmão Luiz Godofredo Gartner, de Corupá, também do estado de Santa Catarina, publica em suas redes sociais, fotos dos visitantes do museu a fim de relembrar os tempos de visitação antes da pandemia. (<https://www.facebook.com/photo/?fbid=679311582686658&set=p.679311582686658>).

Ao aproximar nosso olhar em direção aos museus e a participação social, encontramos também ressonâncias nas contribuições de Reis (2019), no realce ao patrimônio como algo que deve estar acessível a todos, de modo que se esteja atento as relações que são estabelecidas por esse patrimônio e os grupos em torno dele. É significativo pensar de que forma nos apropriamos das memórias vinculadas a esses patrimônios.

Também Aquino (2010) enfatiza o fato do museu ser um dispositivo que produz subjetividades, não apenas no que tange exposições ou ações educativas, mas nas representações que veicula através da mídia, também presente nas atitudes e valores que transmite. Tal questão se vincula ao fato dos museus fazerem parte de um conjunto de instituições que organizam saberes, estabelecem ou reforçam regras e geram ou consolidam modos de sentir e de pensar. Desta forma, somos afetados na dimensão afetiva, cognitiva, sensorial e motora, ou seja, em todas nossas dimensões subjetivas ao entrarmos em contato com os museus.

Se faz pertinente considerar alguns dos apontamentos de Baltá (2020), referentes aos desafios presentes no período pós COVID-19, no qual enfatiza a existência de um contexto social marcado pela vulnerabilidade, medo e sofrimento, frisando a necessidade e a capacidade da cultura de ouvir e ser sensível a dor e a solidão, na possibilidade de oferecer histórias que se conectam com as pessoas ao mesmo tempo em que geram empatia. Para o autor há ênfase na importância de tornar mais presente e mais visível o senso de responsabilidade da cultura em relação à sociedade como um todo. É bastante significativo, sob tal perspectiva, o fato de mesmo em meio a todas as dificuldades, a gestão cultural buscar 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 presente na 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. Todos estes elementos corroboram com a importância das diversas iniciativas que permitiram o envolvimento mais ativo da comunidade local bem como dos “visitantes virtuais” dos museus e exposições.

## Museus e Comunicação Digital

Tais questões, possivelmente, entrelacem-se também com o fato de que a pandemia de COVID-19 significou o fechamento dos equipamentos culturais para visitação pública de forma intempestiva, trazendo a demanda do digital de forma contundente para os museus. Desta forma, há a hipótese de que muitas dessas instituições ainda não tinham uma organização e estrutura efetiva, e nem colaboradores com formação adequada, para lidarem imediatamente com esses desafios digitais no momento da eclosão da pandemia no Brasil, a partir de março de 2020. Entretanto, é visível o quanto instituições museais têm sido criativas em soluções digitais originais, empreendendo ações bastante 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 tem sido compartilhada nas redes sociais. Para que ações digitais estratégicas possam ser reconhecidas e, principalmente, compartilhadas, 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 do quanto esse conteúdo vinculado digitalmente é posto em diálogo com o público, e do quanto também essas iniciativas geram engajamento e são propulsoras de novos diálogos e ressignificações. Para que haja participação social vinculada à proposta disponibilizada junto a um determinado conteúdo digital, é preciso também que essa seja ressignificada 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.

Torna-se imprescindível, ao se desenvolver uma linguagem de comunicação digital, na qual se pretenda focar no desenrolar e aplicação de uma campanha de marketing digital – apoiar-se de forma coerente nas principais demandas do espaço ao qual se pretende vincular, assim como aos aspectos relativos à imagem e estratégias que se pretende desenvolver ao longo da campanha. Para que se possa analisar essas demandas que influenciam nas decisões digitais que serão tomadas, é preciso considerar, de forma atenta, as especificidades de cada área que esteja correlacionada ao que se pretende desenvolver de forma digital; uma vez que todos os aspectos do espaço são parte significativa do que ele se firma, da sua imagem e do que se propõe veicular e visibilizar aos diferentes públicos que o acompanham.

Desta forma, não é efetivo realizar uma campanha de comunicação digital, se utilizando de várias estratégias de marketing digital, sem levar em conta todas as principais especificidades próprias dos museus a que se pretende vincular as ações digitais. Se isso for ignorado, corre-se o risco de desenvolver ações digitais desarticuladas entre si, que pareçam desconectadas quando visíveis em todas as redes sociais da instituição; e pior, perde-se boa parte do potencial dessas ações digitais atingirem estrategicamente



públicos específicos, ou mesmo, aproveitar situações inusitadas que possam se fazer presentes a partir desses âmbitos digitais. Há ainda o risco de que a continuidade dessas ações digitais empreendidas possa se perder, em parte ou completamente, por falhas presentes em seu desenvolvimento estratégico ou em relação à organização articulada dessas ações digitais.

É significativo que os museus passem a compreender a importância estratégica vital de desenvolverem ações de conteúdo digital, que envolvam sinergicamente várias áreas estratégicas – as áreas de Gestão, Comunicação, Curadoria, Educação, Museologia e Tecnologia – melhor representadas pela figura a seguir, em que essas seis áreas estão representadas por círculos de cores diferentes, correlacionadas e integradas umas às outras, o que sugere a forte idéia de sinergia e entrelaçamento.

**Figura 1.** Comunicação Digital.



**Fonte:** autoria própria, 2021.

## Museus Presentes no Digital

Contudo, a fim de compreender mais a fundo as diferentes possibilidades que o digital pode engendrar para as instituições culturais e museais, torna-se imprescindível, refletir acerca dos aspectos que se amalgam nesse processo vinculado às transformações digitais e, sua possível intensificação, com a eclosão da pandemia, em 2020.

É na experiência do patrimônio cultural, para Silva (2019), que na contemporaneidade, constitui-se, cada vez mais, um movimento de transformação, de contínuo processo que pressupõe fusões, hibridismos e mutações; de tal maneira em que há a vivência do patrimônio cultural em tempos e espaços expandidos, entendidos como sobrepostos, não-lineares e dinâmicos. Assim, ao se pensar no caráter transcendental do patrimônio cultural tensionado pelas tecnologias digitais e em rede, há em si o refletir acerca das reconfigurações da materialidade e da imaterialidade, como em torno do devir em fluxo presente no limiar de forças das sociedades complexas. Afinal, o patrimônio cultural mobilizado pelas tecnologias digitais, se vê diante dos questionamentos sobre o devir, mais do que o ser, já que devir pressupõe sempre uma relação do sempre vir a ser.

Buscando compreender com foco mais apurado as apropriações digitais em tempos da eclosão e, mesmo, do enfrentamento dos desafios relacionados à COVID-19 e suas necessidades sanitárias de distanciamento e isolamento social; há uma miríade de desafios que surgem, intempestivamente, de forma abrupta, e passam a permanecer presentes em ciclos na vida e na rotina dos museus mundo afora. Foi tão intenso e avassalador o processo de adoção de medidas sanitárias de fechamento de locais públicos e privados durante momentos demarcados da pandemia, que tal aspecto demarcou com bastante dramaticidade o pleno vigor, o funcionamento dos diferentes museus, seja no Brasil como ao redor do mundo.

A autora Silva (2020), problematiza os impactos da pandemia causada pela COVID-19, trazendo aspectos relativos às pesquisas realizadas pelo Conselho Internacional de Museus – International Council of Museums (ICOM) e pela Organização das Nações Unidas para Educação e a Cultura – United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), datadas de 2020, divulgando dados relativos ao fechamento de quase 95% dos museus no mundo, no mês de abril de 2020, chegando a 99,9% na América Latina e Caribe.

Tais dados, acima relatados, têm íntima relação com a necessidade preeminente de distanciamento e isolamento social como uma tentativa dos países, principalmente, no primeiro semestre de 2020, de conterem a pandemia, de conseguirem evitar os altos contágios e o crescimento da transmissibilidade entre as populações globais. Desafios que foram bravamente enfrentados por várias nações mundiais, em que muitas, inclusive, optaram por adotar o *lockdown* – uma espécie de fechamento de inúmeros serviços, seguido pela proibição de tráfego em locais públicos, só ficando restrito à abertura de serviços essenciais à população.

É exatamente nesse momento propício às transformações, movidas pelo inusitado e pela forma abrupta como os fatos foram se desenrolando, principalmente, no primeiro semestre de 2020, relativos aos desafios enfrentados frente à iminente pandemia que se alastrou rapidamente em todo o planeta – que museus de todas as partes do mundo, ao mesmo tempo que se viram obrigados a fechar suas portas físicas, pensaram nas possibilidades que poderiam ter em termos de ganho, caso ousassem utilizar soluções digitais e, mesmo, migrassem por algum tempo, para os meios digitais, apropriando-se de diferentes recursos tecnológicos possíveis.

Torna-se possível a hipótese que a pandemia possa ter intensificado tanto as migrações dos museus para o digital, quanto a forma como esses têm se relacionado com as tecnologias digitais. Tal aspecto não quer dizer, no entanto, que tais instituições museais possam não ter estado no digital, e mesmo terem se apropriado das tecnologias digitais antes da eclosão da pandemia; contudo, é possível que tenham acelerado processos de vínculo com experiências digitais e aumentado seu interesse e investimento em iniciativas de cunho digital.

A autora Silva (2020) traz à luz significativo aspecto relacionado às atuais e inesperadas transformações que fizeram o mundo se repensar em meio à pandemia, o quanto também afetam as conexões entre público e museus, evidenciando ainda mais as virtualidades e acelerando sua expansão para o ciberespaço, podendo atingir as discussões em torno da nova definição e a (re)existência dos museus. A própria concepção de museu se expande, a partir dessa perspectiva, para se (re)construir nos deslocamentos cognitivos que atualizam as memórias tecidas em rede.

É nesse território em que o público passa a ter cada vez mais um papel protagonista e imprescindível para os museus, em que a autora Silva (2020) enfatiza o público como constituído de sujeitos dialógicos, capazes de cooperar, de forma justa e igualitária, para expandir os museus para conjuntos de ambientes sinérgicos e democráticos; o que, também na Cultura Digital, se dinamiza e se presentifica, na medida em que se transcodifica, podendo ser interativo e colaborativo na produção de conhecimentos e no compartilhamento de vivências.

Partindo dessas concepções, há possibilidades de refletir a respeito do papel cada vez mais significativo dos públicos em relação aos museus, e, principalmente, acerca do papel relacionado à participação social, à colaboração e à cocriação; abrangendo novas formas de pensar tanto dos museus quanto em relação às possíveis interações que se possa vivenciar. É nos processos em transformação, que tais questões se presentificam, em uma dialética instaurada pelo próprio devir; pelos processos desencadeados em vista do imbricamento de espaços e tempos, de modos de ser e viver, cada vez mais intensificados pelos meios digitais.

### Considerações Finais

Na contemporaneidade, e, principalmente, nesse período pandêmico, pode-se perceber 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.

O fato de instituições culturais e museais dispenderem diferentes iniciativas digitais vinculadas ao registro das memórias da pandemia causadas pela COVID-19, promovendo formas de participação social do público, muitas delas colaborativas e cocriativas; trazem a oportunidade de novas perspectivas no que tange a ressignificação desses espaços de memória e cultura, empreendidas pela contextualização das novas relações estabelecidas entre esses e o público. Refletir e contextualizar acerca desses aspectos torna-se significativa oportunidade tanto de buscar compreender os impactos sócio-culturais-econômicos da pandemia, quanto do tanto quanto as subjetividades têm sido influenciadas e transformadas pelos desafios suscitados ao longo desse período pandêmico.

### Referências

14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS. **14ª Primavera dos Museus promove atividades virtuais**. 23 09 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/cultura-artes-historia-e-esportes/2020/09/14a-primavera-dos-museus-promove-atividades-virtuais> Acesso em: 24 set. 2020.

- AQUINO, R. R. de. Museu e produção de subjetividades. 2010. 263 f. **Tese** (Doutorado em Memória Social) – Programa de Pós-Graduação em Memória Social, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio-bc.unirio.br:8080/xmlui/bitstream/handle/unirio/12006/tese%20Ricardo%20Rodrigues%20de%20Aquino.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 20 jun. 2020
- 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
- GUIA DA 14ª PRIMAVERA DOS MUSEUS. 2020. Disponível em: <http://eventos.museus.gov.br/docs/14PRIMUS/guiadaprogamacao.pdf> Acesso em: 16 set. 2020.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.
- IBRAM IN: Portal IBRAM. [Brasília, 2020b]. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/sobre-o-orgao/> Acesso em: 20 set. 2020.
- IBRAM IN: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [San Francisco: Wikimedia Foundation], 21 jun. 2011. 2020a Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Instituto\\_Brasileiro\\_de\\_Museus](https://pt.wikipedia.org/wiki/Instituto_Brasileiro_de_Museus). Acesso em: 20 set. 2020.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.
- 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.
- SILVA, C. L. S. da. A expansão do patrimônio cultural diante das tecnologias digitais: entre o atual e o virtual. IN: MAGALHÃES, F. et al. (Orgs) **Museologia e Patrimônio – Volume 1**. p. 255 – 272, Portugal: Escola Superior de Educação e Ciências Sociais - Instituto Politécnico de Leiria – IPLeia, 2019.
- SILVA, C. L. S. da. O público e o museu na era da cultura digital: uma reflexão conceitual em expansão. IN: MAGALHÃES, Fernando. et al. (Orgs) **Museologia e Patrimônio – Volume 4**. p. 181 – 204, Portugal: Escola Superior de Educação e Ciências Sociais - Instituto Politécnico de Leiria – IPLeia, 2020.

Submetido em: 18.10.2021

Aceito em: 13.04.2022