

## Os Museus Virtuais e a Pandemia do Covid 19: a experiência do Museu da Pessoa

### The Virtual Museums And The Covid Pandemic 19: the Experience of the Museum of the Person

Rosali Henriques<sup>1</sup>Lucas Ferreira de Lara<sup>2</sup>

DOI 10.26512/museologia.v10iEspecial.35924

209

REVISTA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

#### Resumo

A pandemia do COVID-19 trouxe às instituições culturais grandes desafios. No caso dos museus, um dos principais foi a necessidade de repensar atividades e estruturas de forma a oferecer ao público ações mesmo com “portas fechadas”. Este artigo apresenta uma reflexão sobre as possibilidades de interação que o universo virtual apresenta às instituições museológicas. Partindo de conceitos primordiais, como o de museu virtual enquanto espaço de mediação cultural na web, os autores analisam a atuação do Museu da Pessoa no período pré pandemia e no decorrer da mesma, com a campanha Diário para o futuro.

#### Palavras-chave

Museu virtual. Museu da Pessoa. Pandemia. Covid 19. Exposições.

#### Abstract

The COVID-19 pandemic brought great challenges to cultural institutions. In the case of museums, one of the main ones was the need to rethink activities and structures in order to offer the public actions even with “closed doors”. This article presents a reflection on the possibilities of interaction that the virtual universe presents to museological institutions. Starting from primordial concepts, such as the virtual museum as a space for cultural mediation on the web, the authors analyze the performance of the Museu da Pessoa in the pre-pandemic period and during the same period, with the campaign Diário do Futuro.

#### Keywords

Virtual museums. Museum of the Person. Pandemic. Covid 19. Exhibitions.

1 Doutora em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio), Pós-doutora pela Universidade de Coimbra, doutoranda em História pela Universidade Nova de Lisboa em regime de cotutela com a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), mestre em Museologia pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, graduação em História pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Email: rosali@unirio.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1688-0447>

2 Mestre em História Social pela Universidade de São Paulo. Bacharel e licenciado em História pela Universidade de São Paulo. Dedicou-se à História da América Colonial, ocupando-se principalmente dos seguintes temas: Companhia de Jesus; Província Jesuítica do Paraguai; Música Missionária. Atualmente é Coordenador de Museologia do Museu da Pessoa e realiza o curso de Gestão Cultural no Centro de Pesquisa e Formação do SESC - SP. Dedicou-se a pesquisas em Gestão Cultural, História Oral, Museologia Social e Museus Virtuais.

## Introdução

A pandemia do coronavírus, mais conhecida como covid19 foi identificada em dezembro de 2019 na província de Wuhan, na China. Em março de 2020 se alastrou para vários países, inclusive o Brasil, alterando a rotina de todo o planeta. Os museus, assim como todas as instituições, tiveram que se reinventar. Na impossibilidade de atender o público em seus espaços físicos, muitos museus criaram alternativas para que suas ações culturais não fossem paralisadas. A verdade é que muitos museus que não imaginavam apresentar conteúdos expositivos online tiveram que buscar alternativas para atrair e/ou fidelizar seu público. Suay Aksoy, presidente do ICOM, em mensagem no dia 13 de abril, afirma que a COVID-19 pode ter sido a motivação que faltava para uma maior presença online dos museus pois, “paradoxalmente, mesmo com as portas fechadas, os museus nunca foram tão acessíveis. A oferta de tours virtuais, coleções, vídeos e conferências é imensa e cresce a cada dia. É como se o surto do Covid19 desencadeasse a inovação além das soluções digitais que visam apoiar a resiliência da comunidade”<sup>3</sup> (AKSOY, 2020). Dessa forma, a pandemia trouxe aos museus, que ainda relutavam em apresentar-se online, a oportunidade de pensar a extroversão de seu acervo fora dos seus espaços físicos. Dessa forma, muitos museus puderam exercitar imaginações a partir da interação e mediação online. Assim como em outros campos de atuação, as ações dos museus durante a pandemia ainda serão alvo de muitos estudos e análises.

Mas que ações os museus virtuais, que por sua essência já estão preparados para a extroversão do seu acervo pela web, estão realizando durante esse período de distanciamento social? Nesse artigo apresentamos as possibilidades de interação com o público realizadas por um museu virtual, mas que também possui atividades físicas: o Museu da Pessoa. Para compreendermos a dinâmica das ações efetuadas pelo Museu da Pessoa durante a pandemia iremos partir de alguns conceitos primordiais para o entendimento desse processo. O primeiro deles é o próprio conceito de museu virtual enquanto espaço de mediação cultural na web. Em seguida, iremos analisar a atuação do Museu da Pessoa na internet no período pré pandêmico para em seguida focarmos na campanha Diário do Futuro, criada especialmente para esse período.

### A museologia no espaço virtual: a cibermusealização

Em primeiro lugar é preciso definir o que é museu virtual e distingui-lo de outras formas de apresentação na web. Antonio Battro (1999) e Bernard Deloche (2001) trabalham com a concepção de museu virtual, baseados no conceito de museu imaginário defendida por André Malraux. Malraux (2000) propunha a criação de um museu imaginário que serviria para abrigar todas as obras de arte do mundo, devidamente fotografadas. Esse museu, segundo Malraux, seria um espaço da memória viva. Assim, cada pessoa poderia ter o seu próprio museu imaginário. O museu virtual é uma espécie de um museu imagi-

---

3 “Paradoxically, even with their doors shut, museums have never been more accessible. The offer of virtual tours, collections, videos and conferences is immense, and it is growing every day. It is as if the COVID-19 outbreak triggered innovation beyond digital solutions that overarch to supporting community resilience. Smaller museums without state-of-the-art technology are demonstrating outstanding resilience by finding other ways to reach their publics, sometimes with something as simple as a hashtag. Our field is being forced to change at an accelerated pace. We have the opportunity and the power to make the end of this story better than it can otherwise be” Tradução nossa.

nário porque ao mesmo tempo que trabalha com a reprodução, prioriza o uso da imagem como referência patrimonial. O museu virtual não é a reprodução de um museu físico, mas um museu completamente novo, criado para traduzir as ações museológicas no espaço virtual. O museu imaginário proposto por Malraux também é um museu novo, criado por cada um de nós, com as imagens que selecionamos e reproduzimos dos museus físicos. Nesse sentido, o museu imaginário de Malraux também é um museu virtual, pois cada pessoa pode ter o seu próprio museu de reproduções. Segundo Henriques (2004), o museu virtual é aquele que realiza ações no espaço virtual. Partindo da ideia de museu imaginário de Malraux (2000) Henriques conceitua o museu virtual como “um espaço virtual de mediação e de relação do patrimônio com os utilizadores” (2004:68). No entanto, conforme Henriques (2004) aponta, os museus virtuais podem ser de dois tipos: essencialmente virtuais como o MUVA<sup>4</sup>, por exemplo, ou museus híbridos, como o Museu da Pessoa. No caso dos museus essencialmente virtuais, como o MUVA, por exemplo, as ações durante a pandemia não se diferem de épocas de normalidade, uma vez que todas as suas atividades se situam no campo do ciberespaço.

As ações dos museus estendem-se nos âmbitos da pesquisa, preservação e comunicação. A questão é entender como essas ações museológicas podem ser efetuadas através dos museus virtuais. As ações museológicas dos museus virtuais não são muito diferentes das ações do museu físico. No entanto, requerem abordagens diferenciadas, pois o veículo de comunicação é diferenciado. Segundo Bernard Deloche (2001), a informática e a multimídia trouxeram para o museu uma nova dinâmica que pode ser demonstrada através de três funções básicas: agrupar, analisar, mostrar. As novas tecnologias possibilitaram aos museus trabalhar o seu patrimônio, o seu acervo, de forma estruturada através de bases de dados, utilizando técnicas mais modernas de comunicação com o público.

As referências patrimoniais nos museus virtuais, embora desprovidos de sua materialidade, podem ter a mesma identidade do que na exposição física. Por isso, Deloche (2001) alerta para fetichização quando fala da holografia. Nesse caso, mesmo tratando-se de uma reprodução, a referência patrimonial é tratada como fetiche. O risco da fetichização existe sempre, seja no museu físico, seja no museu virtual. No entanto, se o museu virtual tiver uma postura mais pró-ativa em relação às atividades interativas que o espaço virtual permite, ele terá oportunidade de evitar a fetichização das referências patrimoniais. Outro aspecto apontado por Deloche (2001) é o fato de que muitos museólogos creem que a tecnologia é algo ainda ligado ao futuro dos museus e não algo presente no cotidiano da atuação museológica. Segundo Felipe do Amaral Brunelli e Lucas Lara (2019:37), em pesquisa recente sobre o uso da internet e das tecnologias da informação e comunicação nos museus paulistanos: “(...) percebe-se um conservadorismo de atuação na gestão cultural digital desses espaços, que ainda direcionam o uso das plataformas virtuais apenas para a comunicação de atividades presenciais ou como forma de dar vazão online a conteúdos pensados primordialmente para outros ambientes, portanto adaptados e não criados especificamente para o mundo virtual”.

As referências patrimoniais são, ao mesmo tempo, documento e mensagem. Nesse sentido, Cristina Bruno e Marcelo Araújo (1989) afirmam que o

4 O MUVA – Museu de Artes Virtuais, mantido pelo jornal El País, é um museu virtual com reproduções de obras de arte uruguaia <http://muva.elpais.com.uy/>.

processo de comunicação, através da recuperação da identidade dessas referências, permite também uma concretização do público em três níveis: o objeto na sua materialidade (signo), o objeto na sua inserção sociocultural (símbolo) e a relação desse indivíduo com a realidade que o circunda. Em relação à questão da comunicação, é interessante verificar que nesse caso, ao mesmo tempo que o museu virtual possui algumas restrições em relação às suas exposições, pode, por outro lado, trabalhar o seu acervo de forma mais acessível. Nesse sentido, Maria Luísa Bellido Gant (2001) aponta que o museu virtual, em teoria, poderá ter um melhor acesso às informações; interpretações das coleções sob diversos pontos de vista; melhor organização da informação; o acesso é mais cômodo e mais atrativo e o custo para a visita é mínimo.

A exposição no museu virtual, assim como no museu físico, é uma mediação entre o patrimônio e o seu público. Segundo Alexandra Vol (1998), nos museus de arte e de história esta mediação é mais contemplativa e estética e nos museus de ciência e tecnologia a mediação é mais didática. Além disso, uma exposição de um museu virtual seja ela reprodução de uma determinada exposição física ou não, pode ter um caráter diferenciado e não ser mera reprodução virtual de uma exposição física. A internet disponibiliza uma série de ferramentas que podem ser utilizadas para incrementar a comunicação nos museus virtuais, mas também serve como mediadora da ação de visitar um museu.

Para Kim Veltman (2001) a internet trouxe para o processo museológico, principalmente à extroversão do acervo, algumas vantagens. Entre elas a de poder expor um maior número de objetos do que numa exposição convencional, pois através de base de dados é possível exibir todo o acervo. Outros aspectos apontados seriam o acesso aos objetos mesmo à distância, bem como possibilitar um acesso a estes objetos por outros níveis de interação. Além das vantagens apontados por Veltman, não podemos esquecer que a Internet possibilita trabalhar a ação educativa do museu de forma mais dinâmica. E esta ação não se limita aos espaços do museu, mas pode ser feita online. Os museus virtuais que têm trabalhado melhor com a questão da ação educativa são, na sua maioria, museus de ciência e tecnologia. No entanto, o uso do material de acervo para atividades educativas, principalmente com crianças e jovens, é possível com todos os tipos de museus e não somente nos museus de ciência. Em museus de arte, por exemplo, é possível criar jogos interativos e brincadeiras utilizando as obras digitalizadas. Os museus virtuais podem trabalhar determinado quadro ou objeto, ajudando o público/utilizador a construí-lo ou desconstruí-lo, colocando-o na condição do produtor ou autor da peça exposta.

Um caso interessante, que ilustra os pontos acima, é a série #WebMusA, criada pelo Museu de Artes da Universidade Federal do Paraná. A websérie, que envolve a participação dos estudantes no desenvolvimento de atividades de pesquisa, produção, edição e animação gráfica, foi idealizada pelo corpo técnico do MusA como alternativa às atividades suspensas por causa da pandemia de Covid-19. O projeto, cuja direção geral é da produtora cultural Karla Nascimento e da museóloga Mariana Novaes, apresenta em episódios curtos, todos disponíveis em canal criado na plataforma YouTube<sup>5</sup>, temas como “museus e o covid”, “acessibilidade em museus” ou, dialogando com os pontos apresentados por Veltman (2001), “o uso de novas tecnologias nos museus”.

No âmbito da preservação do patrimônio, as atividades de conservação e documentação do patrimônio nos museus virtuais são realizadas através

5 [https://www.youtube.com/watch?v=d-xG3iwFcPU&t=1s&ab\\_channel=MuseudeArtedaUFPR-MusA](https://www.youtube.com/watch?v=d-xG3iwFcPU&t=1s&ab_channel=MuseudeArtedaUFPR-MusA)

de base de dados. Além disso, é importante esclarecer que a preservação do conteúdo na web é questão fundamental, por se tratar de um veículo que possibilita constantes alterações é necessário que todo o conteúdo já adicionado, seja em termos de exposições virtuais ou ações educativas, seja passível de ser consultado pela Internet. Nesse sentido, Marcelo Sabbatini (2003) alerta para que as coleções online sejam sempre suportadas por bases de dados, pois estas permitem aceder de forma diferenciadas tanto aos objetos em si, como à coleção como um todo.

### **O Museu da Pessoa e a experiência colaborativa na internet**

O Museu da Pessoa é um museu virtual criado em São Paulo em 1991, sendo uma experiência nova na museologia daquele período. Nova experiência, não somente por seu caráter virtual, o que era uma novidade para um museu surgido antes da internet comercial (1994), mas pela especificidade de sua configuração, pois desde o seu início se apresentou como um museu aberto à participação de qualquer pessoa (HENRIQUES, 2004). A ideia de criação de um museu virtual com as histórias das pessoas nasceu da necessidade de um espaço para o registro das histórias das pessoas<sup>6</sup>. A criação de um museu baseado na premissa da democratização da memória, tornou-se possível não somente devido ao alargamento da noção de história e de patrimônio, mas também deve-se à própria redefinição do papel dos museus na sociedade. As mudanças no papel social do museu foram produto das discussões realizadas pelos museólogos a partir da década de 1950 e que culminaram no Movimento da Nova Museologia (MOUTINHO, 1989). Além disso, deve-se também o alargamento do conceito de patrimônio, abrangendo também o patrimônio imaterial e intangível.

O trabalho do Museu da Pessoa está baseado em quatro ações principais: registro, preservação e divulgação de histórias de vida e disseminação de metodologias. Uma parte desse trabalho é efetuado presencialmente enquanto algumas atividades podem ser feitas também pela web. Por isso, embora o Museu da Pessoa tenha sido desde o seu início um museu virtual, entendemos que sua atuação é de um museu híbrido, pois não trabalha apenas no espaço virtual, mas em ambas as esferas. O que iremos analisar a seguir são apenas as ações realizadas no espaço virtual.

A primeira experiência do Museu da Pessoa na internet aconteceu em 1996. A internet estava praticamente começando no Brasil e era algo ainda muito novo. As empresas e instituições ainda estavam aprendendo a trabalhar com este novo veículo de comunicação. Por isso, a tendência desse período era a criação de sites mais simples do ponto de vista do design, mas também do ponto de vista da navegação. Os sites de museus criados naquele período são, na sua maioria, páginas institucionais, tal como um folheto eletrônico, onde a instituição era apresentada, normalmente através de uma seção o que é ou quem somos, onde aparecem os contatos da empresa: endereço, telefones, e-mails, etc; normalmente o produto ou serviços são apresentados e muito pouca coisa além disso. Nesse sentido, o primeiro site do Museu da Pessoa, lançado em Abril de 1996 não diferia disso. Desenvolvido pela empresa Miklos Design, servia como uma página institucional para a divulgação do trabalho desenvolvido pelo Museu da Pessoa. A página inicial era uma espécie de texto com links para outras páginas e, como norma do período, possuía muita informação escrita, o que seria

<sup>6</sup> Aqui, entendendo espaço não como um museu físico, mas como um lugar de memória, na concepção de Pierre Nora (1984).

Os Museus Virtuais e a Pandemia de Covid-19:  
a experiência do Museu da Pessoa

hoje considerado excessivo. Além das informações sobre o que era o Museu da Pessoa e o trabalho desenvolvido, a página inicial destacava sempre algum depoimento do acervo. A cada 15 dias o site era atualizado e o depoimento que estava em destaque saía e dava lugar a um novo depoimento. Não havia ainda a ideia de acrescentar novos depoimentos, e sim apenas de apresentá-los. Para isso, os usuários tinham a possibilidade de ter acesso a uma pequena biografia do depoente, uma foto (às vezes extraída do próprio depoimento em vídeo) e o texto integral do depoimento em formato de texto (acessível via download).

No final do ano de 1996, o portal de informação Universo On-line (UOL) convidou o Museu da Pessoa para ser um parceiro de conteúdo. As negociações entre a direção do Museu da Pessoa e o UOL foram efetuadas e em março de 1997 o site do Museu da Pessoa passou a ser hospedado nos servidores do UOL. O acordo entre o Museu da Pessoa e o UOL não envolvia custos financeiros. Para o UOL, o Museu da Pessoa representava volume de conteúdo e de histórias interessantes a que os utilizadores do Portal teriam acesso. Para o Museu da Pessoa a hospedagem nos servidores do UOL garantia mais audiência e mais visibilidade, pois o UOL, além de ser um provedor já muito conhecido pela comunidade de usuários da internet no Brasil, ainda daria destaque na sua página principal às novidades do site do Museu da Pessoa. Com a hospedagem, o Museu poderia usufruir de ferramentas disponibilizadas pelo UOL. Na seção “Escreva sua História” os usuários poderiam inserir sua história no site, através de um formulário onde ele preenchia alguns dados pessoais e escrevia a história num campo apropriado. Ele poderia enviar uma história sua ou de alguém que queria homenagear (pai, mãe, avós, etc). Além das seções fixas, na página principal eram apresentadas semanalmente novidades e destaques do acervo. Além disso, pela primeira vez era possível fazer buscas ao material do acervo. Estas pesquisas, de caráter livre, permitiam aos usuários procurar por palavras nos textos dos depoimentos e nas legendas das fotos. Embora este sistema de busca não tivesse um grau de eficiência muito alto, pois acabavam por extrair informações desnecessárias, foi um primeiro passo para a uma procura mais organizada de informações no site.

Além de estar hospedado num provedor mais conhecido e, portanto, ter mais visibilidade, a maior novidade do site em relação à primeira versão foi a possibilidade das pessoas poderem inserirem suas histórias. O site deixou de ter um papel somente de apresentar o acervo do Museu da Pessoa, mas também abriu a possibilidade de uma interação maior com o seu público. O acervo do Museu da Pessoa deixou de ter somente os depoimentos recolhidos nos projetos, mas ampliou-se, na medida em que abriu espaço para que outras pessoas pudessem divulgar suas histórias. Sobre essa possibilidade, em entrevista a Thom Gillespie em 1999, Karen Worcman fala sobre as mudanças que aconteceram nesta nova versão:

A Internet deu às pessoas a possibilidade de escrever suas histórias sem serem antes entrevistadas por nós. Isso representou uma grande mudança. Começamos a pensar em outras mudanças, por exemplo, poderíamos os fazer presentes no dia a dia das pessoas: diários na rede, calendários para planeamento de data especiais como aniversários, comemorações, dia das mães; espaços reservados para pessoas contarem histórias especiais em dias especiais. Mudamos muito com a Internet, e esperamos mudar ainda mais<sup>7</sup> (GILLESPIE, 1999: meio digital).

7 Tradução nossa. “The Internet made it possible to let people write their stories without being interviewed by us. This was a big change. We began to think of other changes, such as ways to be more present in people’s daily lives: net diaries and calendars for scheduling special dates such as birthdays, anniversaries

O site do Museu da Pessoa esteve hospedado nos servidores do UOL durante cinco anos. Em 2001, com a nova política de parcerias do UOL, que exigia que parte do conteúdo do site fosse exclusivo aos assinantes do UOL, o Museu da Pessoa resolveu em comum acordo rescindir o contrato e retirar o seu site do servidor do UOL. As mudanças em termos de design foram poucas após a saída do UOL. E foram feitas internamente, pela própria equipe de webdesign do Museu da Pessoa. A grande mudança foi a criação de um menu lateral em substituição ao menu horizontal, concebida com o objetivo de organizar melhor a navegação. Além disso, novas seções foram criadas para abrigar o material já existente no site. Uma novidade foi a apresentação de uma foto por dia na página de entrada. Nela, o usuário poderia ter acesso às fotos do acervo do Museu da Pessoa. Além das fotos e dos depoimentos, nas seções “Áudio” e “Vídeo”, os usuários tinham acesso a trechos de áudio e vídeo de alguns depoimentos do acervo. A inclusão dessas seções só foi possível com o avanço da internet, que com o surgimento da banda larga, permitiu colocar vídeos e áudios sem perda de qualidade. Entre as mudanças na página principal destaca-se a retirada da busca, que se mostrava ineficiente.

O Portal Museu da Pessoa.net foi inaugurado no dia 12 de Agosto de 2003, durante o seminário “Memória, rede e mudança social”. Para a divulgação do lançamento do Portal, foi criada uma exposição física itinerante e uma exposição virtual com 10 personagens cujas histórias se encontram no acervo do Museu da Pessoa. Esta exposição chamada “História Ambulante” foi uma ideia simples, mas eficaz para a divulgação do trabalho do Museu da Pessoa<sup>8</sup>. Durante o período do seminário alguns atores e atrizes amadores, do curso de teatro da Fundação Gol de Letra participaram da exposição, carregando placas com as 10 histórias de vida selecionadas do acervo do Museu da Pessoa<sup>9</sup>. Cada história escolhida dizia respeito a uma pessoa, mas também a um bairro da cidade de São Paulo, que comemorou durante o ano de 2004, 450 anos de sua fundação. Os atores, carregando as placas, com duas faces, andavam a cada dia, durante a semana do Seminário, por pontos estratégicos da cidade de São Paulo (Av. Paulista, Parque Ibirapuera, etc). Eles foram treinados a dar informações sobre a história de vida que carregavam e a incentivar as pessoas a participarem do acervo do Museu da Pessoa. A ideia da exposição era não só divulgar o lançamento do Portal e o Instituto, mas também apresentar uma outra forma de exposição física: uma exposição que fosse itinerante, veiculada através de pessoas e que pudesse “passear” pela cidade.

A ideia de criação de um portal de memórias foi a evolução natural do trabalho do Museu da Pessoa, mas respeitando a ideia inicial de que a participação e a consulta possam ser feitas por qualquer pessoa. O design do Portal, desenvolvido pela empresa JExperts e com a direção artística do programador gráfico e fotógrafo Cafí, seguia algumas características comuns aos sites daquele período. Entre elas o uso de uma animação em flash na página de abertura. Além disso, utilizava imagens nas páginas principais, para chamar a atenção dos

---

and Mother's Day; places for people to tell special stories on special days. We changed a lot with the Internet, and we expect to change even more”

8 - O nome da exposição foi escolhido para referenciar os ambulantes que trabalham na região central e na Av. Paulista, na cidade de São Paulo, carregando placas com publicidade diversas.

9 - A Fundação Gol de Letra é uma organização não governamental de apoio a comunidades carentes, criada em 1998 pelos jogadores de futebol Leonardo e Raí. O Museu da Pessoa desenvolveu um projeto em parceria com a Fundação Gol de Letra, cujo objetivo era formar os moradores do bairro de Vila Albertina na metodologia de história oral. Mais informações no site: <http://www.goldeletra.org.br/>

Os Museus Virtuais e a Pandemia de Covid-19:  
a experiência do Museu da Pessoa

usuários. Por se tratar de um portal, havia várias chamadas na página principal para os conteúdos dos sites internos. A grande novidade desse período é a criação de uma base de dados que pudessem abrigar as histórias gravadas pelo Museu da Pessoa, mas também aquelas enviadas pelos usuários. Além da navegação na horizontal, o Portal apresentava uma navegação na lateral. Diferentemente dos sites anteriores, no Portal era preciso antes estar registrado no sistema para poder utilizar as ferramentas de interação. Na seção “Você no Museu” os usuários poderiam fazer seus registros e assim poderem interagir com o Portal. Essa versão do Portal funcionou entre 2003 e 2006, quando uma nova versão entrou no ar. As modificações desse período nas interações com os usuários foram efetuadas com o objetivo de melhorar a navegação e a usabilidade.

Em 2015, dentro de uma nova série de reformulações no Portal, criou-se a ferramenta “Monte a sua Coleção”, na qual o usuário pode criar coleções com histórias, fotos e vídeos do acervo do Museu da Pessoa. Com a inclusão dessa possibilidade, o usuário do Portal que já tinha a possibilidade de ser parte do acervo do Museu da Pessoa passa a poder usufruir de um novo papel: o de curador. Para construir suas coleções, os usuários podem realizar buscas para identificar e exibir perfis, histórias, fotografias e vídeos com base no tema escolhido. A pesquisa pode ser realizada usando palavras-chave, incluindo autor, título ou nome dos arquivos. Uma vez composta a coleção, o autor pode descrevê-la, classificá-la e publicá-la, compartilhando esse conteúdo por meio das redes sociais. Essa possibilidade de interação com o público traz um novo significado na participação do público com o acervo do Museu da Pessoa, pois segundo Worcman e Henriques (2017:70):

a possibilidade de que qualquer pessoa possa, além de registrar sua história, também produzir uma curadoria sobre o seu próprio acervo ou de outrem extrapola as fronteiras da comunicação museológica. Ela participa da construção de uma memória social coletiva, mas também produz informação estruturada e compartilhada na internet, com um olhar voltado para o patrimônio.

Assim, o ciclo se completa, ou seja, além de “peça” do museu, o público tem a possibilidade de interagir com o acervo formando coleções temáticas com o material disponível na internet.

### **Campanha Diário para o Futuro**

Embora seu acervo seja acessível de forma virtual, através da plataforma [www.museudapessoa.org](http://www.museudapessoa.org), e suas ações de extroversão ocorram em grande parte na web, o Museu da Pessoa, assim como praticamente todos os museus ao redor do globo, teve que se adaptar para oferecer ao público uma programação em meio à pandemia do COVID-19. Por meio de projetos de memória, O Museu da Pessoa capta, de forma presencial, novas histórias para seu acervo. Sejam entrevistas realizadas em seu estúdio, sejam através de cabines (Museu Que Anda) ou expedições pelo Brasil. A esta forma de captação somam-se as histórias que os próprios usuários enviam através da ferramenta virtual colaborativa Conte Sua História, disponível na plataforma do museu<sup>10</sup>.

De forma semelhante, a extroversão do acervo por meio de produtos culturais diversos, como exposições, livros e ações educativas, sempre esteve

10 No ano de 2019, o Museu da Pessoa registrou 114 histórias presencialmente, por meio de ações diversas, ao passo que recebeu 430 histórias enviadas pelos usuários de sua plataforma.

muito pautada em suportes físicos. No caso das exposições, um projeto de memória em geral resultava em uma exposição física, com uma exposição virtual correspondente na plataforma do museu. Publicações eram impressas e uma versão em PDF ficava disponível para acesso virtual.

Com o início e o decorrer da pandemia, todas as ações presenciais foram interrompidas e o Museu da Pessoa se viu na necessidade de criar novas formas de gerar e apresentar seu conteúdo. Evidente que o fato de já ter grande familiaridade com o mundo virtual ajudou. Seu acervo já vinha passando, com apoio do BNDES, por um processo de digitalização completa que garantiu a disponibilização da íntegra do conteúdo ao público em junho de 2021<sup>11</sup>. Ao mesmo tempo, o Museu da Pessoa tem criado exposições em ambiente virtual há mais de duas décadas.

No entanto, a evolução constante das tecnologias da informação e comunicação (TIC)<sup>12</sup>, com a presença cada vez mais marcante e dinâmica das redes sociais, impôs à instituição o desafio de inovar. Para tornar o cenário ainda mais complexo, o Museu da Pessoa passou, durante o ano de 2020, por um processo de reformulação de sua plataforma virtual e de sua base de dados. Estes processos acabaram gerando instabilidades no acesso ao conteúdo e reafirmaram a necessidade, ainda que temporária, de utilizar outros meios de disponibilizar histórias de vida ao público. Mais do que isso: outros caminhos de incentivar e garantir a participação das pessoas nas ações programáticas.

Neste cenário, o uso até então tímido de seus perfis em redes sociais como Instagram e mesmo LinkedIn deixou de ter um caráter de apoio ou complemento ao conteúdo da plataforma e passou à linha de frente das ações de extroversão de conteúdo.

O Museu da Pessoa preocupa-se desde a sua origem com a valorização da história de cada um. Por meio do registro, preservação e divulgação de narrativas pessoais, busca demonstrar que cada pessoa é única, que cada indivíduo é um verdadeiro patrimônio da humanidade.

Diante da pandemia COVID-19, ações que mostrassem que todas as vidas importam se tornaram ainda mais necessárias. Preocupado em servir a sociedade em meio a esse momento crítico, mas também pensando em como poderemos olhar para ele daqui a alguns anos, o Museu da Pessoa lançou o Diário Para o Futuro, uma campanha de registro de memórias cotidianas para a construção de uma história colaborativa para o futuro.

Para realizar a ação, o Museu da Pessoa fez uma campanha de comunicação em suas redes sociais, incentivando a participação do público. Além disso, para garantir uma história múltipla, levando em consideração as mais diversas realidades e perspectivas, o museu convidou instituições parceiras que desejassem aderir e também realizou um levantamento de grupos comunitários que pudessem ter interesse em participar. Para receber as memórias, foi adotada a ferramenta de questionário *online videoask*, que permitia ao público enviar suas histórias em texto, áudio ou vídeo.

11 O projeto de tratamento do acervo do Museu da Pessoa é viabilizado pela Lei Federal de Incentivo à Cultura, por meio da Secretaria Especial da Cultura do Ministério da Cidadania, com o patrocínio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Estruturado em três vertentes de ação, as atividades visam, por um lado, preservar e ampliar o acesso ao seu conteúdo e, por outro lado, fortalecer as políticas de mobilização de recursos da instituição para garantir sua perenização.

12 Existem diversas pesquisas realizadas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.Br) disponíveis *online*. Entre elas, destacamos a TIC Cultura, que contempla uma investigação da adoção de tais tecnologias de informação e comunicação em equipamentos culturais, sejam eles bibliotecas, museus, arquivos, teatros, salas de cinema, bens tombados e pontos de cultura.

Os Museus Virtuais e a Pandemia de Covid-19:  
a experiência do Museu da Pessoa

Após os primeiros meses de ação, o Museu da Pessoa lançou a ação Jornada Diário Para o Futuro, como forma de incentivar ainda mais a participação. Durante sete dias, os usuários receberam temas específicos para as histórias que deveriam compartilhar. Como você se vê daqui a 10 anos? Como tem sido sua rotina? Quais pessoas são importantes para você no momento e por quê? Quais são seus maiores medos? Essas e outras questões levaram o público a refletir sobre suas vidas em meio à pandemia COVID-19

Entre junho e outubro de 2020, o Museu da Pessoa recebeu 582 histórias, uma média de 4 por dia.<sup>13</sup> Embora a maior parte das histórias tenha vindo de grandes centros urbanos (como São Paulo e Rio de Janeiro), a campanha teve registros vindos de todas as partes do Brasil e de todas as faixas etárias, de crianças de 13 anos a mulheres de 89 anos.

Por conta de uma parceria já firmada com a PIQL, empresa norueguesa de preservação de dados, as histórias coletadas serão depositadas no Arctic World Archive (AWA), em Svalbard - Pólo Norte.

Os próximos passos do projeto é a parceria com a Fontys School of Fine and Performing Arts e com o apoio do Consulado-Geral do Reino da Holanda em São Paulo, a iniciativa chegará ao país. Em seguida, será criada uma exposição virtual, comparando as experiências vividas nos dois países. Com esta ação, o Museu da Pessoa vem afirmar sua crença na construção colaborativa da História. Que leve em consideração não apenas documentos oficiais, estudos ou artigos jornalísticos, mas também as memórias de pessoas que viveram esses momentos. Ao mesmo tempo, busca avançar no uso de ferramentas que garantam uma participação e engajamento do público em suas ações em meio a um cenário de transformações ininterruptas: o mundo virtual.

### Considerações finais

A pandemia do COVID-19 é uma realidade em todo mundo e, embora muitos tenham imaginado que seria de breve duração, fica evidente que ainda está longe de um fim e que seu impacto deixará marcas profundas na sociedade. No cenário cultural e, mais especificamente no universo dos museus, não poderia ser diferente.

Ao mesmo tempo em que a pandemia levou ao fechamento de inúmeras instituições por todo mundo, trouxe a necessidade de repensar ações e a própria dinâmica de extroversão de conteúdo e de relação com o público. Neste sentido, a internet e as redes sociais mostram-se como ferramentas poderosas de promoção e ampliação do acesso à cultura, capazes de superar obstáculos entre usuários e bens culturais, muitas vezes separados por milhares de quilômetros e, no atual contexto, pela necessidade de isolamento social.

A interatividade e a produção colaborativa de conteúdos de forma descentralizada, práticas correntes no cotidiano de quem está adaptado ao uso da internet, apresentam o potencial de oferecer protagonismo ao usuário, que deixa a posição de mero visitante para se tornar produtor de conhecimento. É o caso das ações desenvolvidas pelo Museu da Pessoa, em especial a campanha Diário para o futuro.

<sup>13</sup> As histórias recebidas podem ser consultadas na coleção criada na página de acesso ao acervo do Museu da Pessoa. Link de acesso: <https://acervo.museudapessoa.org/pt/conteudo/colecao/diario-para-o-futuro-170314> Acesso em 30/12/2020

A busca por estratégias que relacionem ações programáticas com ambiente virtual e interatividade é de grande importância ampliar o impacto dos museus e seus acervos em um mundo cada dia mais conectado. Trata-se de uma necessidade premente em épocas de confinamento e distanciamento social. Ao desenvolver ações que possam “sair” de seus muros, o museu transcende o seu próprio espaço museal e transforma a sua mediação cultural.

## Referências

- AKSOY, Suay. Museums will move on: message from ICOM President Suay Aksoy. ICOM 2020. Disponível em: <https://icom.museum/en/news/museums-will-move-on-message-from-icom-president-suay-aksoy/> Acesso em 17/12/2020.
- BATTRO, António. Aprender hoy. Del museo imaginario al museo virtual. *La Nación*. 29 de agosto de 1999. Disponível em: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/del-museo-imaginario-al-museo-virtual-nid151411/> Acesso em 16/12/2020
- BELLIDO GANT, Maria Luísa. *Artes, museos y nuevas tecnologías*. Gijón: Trea, 2001.
- BRUNELLI, Felipe do Amaral; LARA, Lucas Ferreira de. *Museus na internet, internet nos museus: um olhar sobre a atuação na Web de museus e institutos culturais de exposições em São Paulo*. Trabalho de conclusão de curso apresentado para a Pós-Graduação em Gestão Cultural. Centro de Pesquisa e Formação – SESC São Paulo, 2019. p. 37.
- BRUNO, Cristina; ARAUJO, Marcelo. Exposição museológica: uma linguagem para o futuro. Comunicação no Colóquio do ICOFOM/89. *XV Conferência Geral de Museus do ICOM*, 1989.
- CADAVEZ, Cândida. Nem só da COVID-19 é a culpa: museus e comunidades – considerações sobre novas (re)definições e fruições. In: MAGALHÃES, Fernando; COSTA, Luciana Ferreira da; HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca; CURSINO, Alan (org). *Museologia e Patrimônio*. Vol 3. Leiria: Escola Superior de Educação e Ciências Sociais | Politécnico de Leiria, 2020. p. 72-106.
- CHAVES, Rafael Teixeira. *Cybermusealização: estudo de caso do Museu Virtual das Coisas Banais da Universidade Federal de Pelotas*. Dissertação de mestrado em Museologia e Patrimônio. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2020.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2019). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros: TIC Cultura 2018. São Paulo: CGI.br. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-equipamentos-culturais-brasileiros-tic-cultura-2018/> Acesso em 30/12/2020
- DELOCHE, Bernard. *Le musée virtuel: vers un éthique des nouvelles images*. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.
- GILLESPIE, Thom. *Brazil's Museum of the Person*. Café Technos: Quarterly for Education and Technology, June 22, 1999. Disponível em <http://www.mediajazz.com/museum/article.html>. Acesso em 18/10/2020.
- HENRIQUES, Rosali M.N. *Memória, museologia e virtualidade: um estudo sobre o Museu da Pessoa*. Dissertação de Mestrado em Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2004.
- LESHCHENKO, Anna. Digital Dimensions of the Museum: Defining Cybermuseology's Subject of Study. *ICOFOM Study Series*, ISS, Paris, v. 43, p. 237-241, 2015.
- MALRAUX, André. *O museu imaginário*. Lisboa: Edições 70, 2000.

Os Museus Virtuais e a Pandemia de Covid-19:  
a experiência do Museu da Pessoa

MOUTINHO, Mário. *Museus e Sociedade: reflexões sobre a função social do Museu*. Monte Redondo: Museu Etnológico Monte Redondo, 1989. (Cadernos de Património, 5).

VELTMAN, Kim. *Les répercussions des nouveaux médias. L'Avenir des musées: colloque*, Musée du Louvre, 2000. Paris: Réunion des Musées Nationaux/Musée du Louvre, 2001.

WORCMAN, Karen; HENRIQUES, Rosali. Curadoria colaborativa: uma experiência digital do Museu da Pessoa. *Observatório*. Vol.3, n.º4, agosto de 2017.p. 57-73. Disponível em <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n5p57>. Acesso em 16/12/2020.