

Exposição Curricular em tempos de pandemia e ensino remoto: a Comunicação Museológica frente aos desafios e potencialidades da Cultura Digital no ensino em Museologia

Curricular Exhibition Posure in times of pandemic and remote teaching: Museum Communication facing the challenges and potential of Digital Culture in Museology Education

295

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

Júlia Nolasco Leitão de Moraes¹
DOI 10.26512/museologia.v10iEspecial.36356

Resumo

No contexto da pandemia de COVID-19 e do ensino remoto, docentes e discentes da Escola de Museologia da UniRio foram desafiados a desenvolver proposta de exposição curricular perspectivada pelos desafios e potencialidades da cibercultura. A exposição digital “Pindorama: a natureza não está à venda” concretizou-se a partir das convergências e interfaces entre o sítio eletrônico, as mídias sociais e as interações com os públicos e colaboradores. Este artigo aborda as complexidades em torno da construção de propostas sobre três dimensões específicas da referida exposição: metodologia colaborativa, participação e interação dos públicos e idealização do conceito de exposição digital. Para tal, foram apresentados brevemente panorama sobre as exposições curriculares da UniRio e o tema de desenvolvimento da proposta. Na sequência, foram abordadas problemáticas relacionadas aos museus e a cultura digital e, finalmente, as soluções criativas adotadas para a exposição.

Palavras-chaves:

Exposição curricular. Cibermuseologia. Participação dos públicos. Exposição digital.

Abstract

In the context of the COVID-19 pandemic and remote teaching, teachers and students from the UniRio School of Museology were challenged to develop a proposal for a curricular exhibition focused on the challenges and potentialities of cyberculture. The digital exhibition “Pindorama: nature is not for sale” was materialized from the convergences and interfaces between the electronic site, the social media and the interactions with the public and collaborators. This article addresses the complexities surrounding the construction of proposals on three specific dimensions of the aforementioned exhibition: collaborative methodology, public participation and interaction, and the idealization of the concept of digital exhibition. For this purpose, a brief overview of UniRio’s curricular exhibitions and the theme of development of the proposal was presented. Following this, problems related to museums and digital culture were addressed and, finally, the creative solutions adopted for the exhibition.

Keywords

Curricular exhibition. Cibermuseology. Public Participation. Digital exhibition.

¹ Bacharel em Museologia (UniRio), Mestre em Ciência da Informação (UFF-Ibict) e Doutora em Ciência da Informação (UFRJ-Ibict). Professora da Escola de Museologia - UniRio e do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio - PPG-Pmus/ UniRio-Mast. e-mail: julia.moraes.unirio@gmail.com Orcid: 0000-0002-2362-6175

Em setembro de 2019, seguindo o curso normal previsto para a disciplina Museologia e Comunicação III, do Curso Integral de Museologia, da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UniRio, 32 discentes elegeram, por votação, o tema da exposição curricular a ser inaugurada no semestre seguinte, no âmbito da disciplina Museologia e Comunicação IV. O tema escolhido foi “a exploração de recursos naturais no Brasil”, a ser desenvolvido “sob perspectiva decolonial”, com inauguração prevista para maio de 2020.

Ao longo do segundo semestre do calendário acadêmico regular de 2019, como de praxe, os discentes realizaram levantamentos sobre o tema e a abordagem proposta para a exposição e, ao final do período, elaboraram o anteprojeto da exposição curricular. No recesso de fim de ano e férias letivas, a turma aprofundou pesquisas, discutiu possíveis abordagens e soluções expográficas, estabeleceu e firmou parcerias fundamentais ao projeto, distribuiu-se em grupos de trabalho e participou de reuniões *brainstorm* com docentes responsáveis pela atividade curricular.

Na semana de 08 a 13 de março teve início o primeiro semestre letivo de 2020, quando a turma, então com 26 discentes inscritos, aplicou e ao mesmo tempo participou do primeiro estudo de percepção sobre o tema da exposição, como atividade proposta pelos discentes da disciplina. A ideia, naquele momento, era levantar e entender as percepções que os próprios alunos tinham acerca de problemáticas centrais à exposição. Isso como forma de melhor desenvolver a coesão da narrativa, tendo em vista o reconhecimento da diversidade de olhares sobre o tema e a complexidade do que “a perspectiva decolonial” sugeriria, tanto do ponto de vista teórico, quanto aplicado.

A partir de 16 de março de 2020, em razão do avanço da pandemia de COVID-19, as aulas na UniRio foram suspensas e, diante do clima de incertezas e da impossibilidade de, naquela ocasião, prever o que aconteceria nos próximos meses, discentes e docentes foram progressivamente suspendendo atividades e contatos coletivos até que a situação se estabilizasse e/ou que alguma luz indicasse o caminho a seguir. Passados aproximadamente cinco meses, somente em agosto de 2020, ancorados na elaboração de um plano de retomada de atividades por parte da Universidade foi retomado o contato coletivo entre docentes e discentes envolvidos com a exposição curricular.

Com base neste plano, o Colegiado da Escola de Museologia indicou, entre outras decisões, que apenas disciplinas teóricas fossem oferecidas. A exposição curricular é produto da disciplina Museologia e Comunicação IV, que tem como co-requisito a disciplina Museologia VI, cujo produto é o projeto educativo para tal exposição. Tratam-se, portanto, de disciplinas práticas, as quais contam com o apoio do Laboratório de Desenvolvimento de Exposições – LADEX e, constantemente, com a possibilidade de uso do Espaço Cultural do Centro de Ciências Humanas e Sociais - CCH.

No entanto, reconhecendo a necessidade de enfrentamento dos desafios contemporâneos por parte dos museus e de seus profissionais; o caráter laboratorial das exposições curriculares; assim como admitindo que a cultura digital é parte da cultura que vivenciamos e media nossos olhares e vivências e, em vista disso, verifica-se a tendência de que cada vez mais museólogos se dediquem a atuar em frentes digitais e/ou que com ela interagem e/ou para/com ela convergem; e que, no contexto da pandemia de COVID-19 os museus foram implacavelmente provocados a investir atenção e esforços, de maneira irreversível, em torno de seu caráter digital; indicou-se a conveniência e relevância de se realizar uma exposição curricular digital que partisse de pressupostos da cultura digital. A primeira da Escola de Museologia da UniRio a ser concebida

e desenvolvida considerando exclusivamente o espaço digital, perspectivando a proposta a partir de seus desafios e potencialidades. Diante da concordância e do compromisso de envidar esforços por parte dos professores responsáveis, foi preciso apresentar a ideia para aqueles que protagonizariam a exposição como discentes, levando em conta a excepcionalidade de tudo que se estava vivendo até então.

Em agosto, docentes e discentes se reuniram digitalmente e foi lançada a proposta de realização da exposição curricular inteiramente digital, por meio de metodologia a ser desenvolvida a partir do ensino remoto, outra grande novidade para todos. Esclarecidas as dúvidas possíveis, ainda que alguns esboçassem receios, os discentes se mostraram convictos da importância de enfrentar o desafio sugerido diante das circunstâncias impostas. Pactuadas a flexibilidade e a disposição para aprendizado mútuas, imprescindíveis naquele momento, discentes e docentes comprometeram-se a repensar a proposta de exposição já idealizada. Vale frisar que nenhum dos professores responsáveis tinha experiência sistemática com ensino à distância, tampouco com exposições digitais. Foi preciso que todas as partes aprendessem o caminho caminhando, sem contar com nenhum recurso financeiro, técnico ou tecnológico advindo da Universidade.

Em outubro teve início o semestre letivo 2020-I Emergencial, por meio do ensino remoto, quando as aulas aconteceram em formato predominantemente síncrono, por meio da plataforma *Google Meet*. Os três professores responsáveis pela disciplina Museologia e Comunicação IV no Curso Integral, professor Doutor Anaildo Bernardo Baraçal, professora doutora Helena Uzeda, e professora doutora Julia Moraes, deram aulas separadamente em seus horários correspondentes, desenvolvendo e trabalhando com a turma tópicos específicos, mantendo diálogos sempre que possível. O que também ocorreu junto à disciplina Museologia VI, sob responsabilidade da professora doutora Andrea Costa.

Dada à dificuldade e novidade de todo o processo de desenvolvimento desta exposição curricular em meio à pandemia de COVID-19 e ao ensino remoto, este artigo buscará abordar as complexidades em torno do levantamento de referências, da construção de propostas e a tomada de decisão sobre três dimensões específicas da exposição: metodologia colaborativa, participação e interação com os públicos e o conceito de exposição digital a ser aplicado.

Considerando que a exposição curricular mencionada e seus desdobramentos foram desenvolvidos efetivamente por 20 alunos, sob orientação e coordenação de 4 professores, é importante situar que este artigo parte do olhar retrospectivo, reflexivo e autocrítico de uma agente particular inscrita neste processo, constituído a partir de seu lugar de atuação específico diante do conjunto do grupo: uma das professoras da disciplina Museologia e Comunicação IV, e responsável pela orientação dos núcleos executivos Infraestrutura e gerenciamento de mídias sociais, Registros documentais da exposição e Estudos de público; para além da atuação na disciplina, mestre e doutora em Ciência da Informação, coordenadora de projeto de pesquisa relacionado à centralidade da relação público-museu nos debates contemporâneos da Museologia; e, neste caso, talvez também seja relevante destacar, usuária de *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Spotify*, entre outras, por meio de seu dispositivo de telefonia móvel e computador pessoal.

A exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à venda” teve seus *Instagram* e *Facebook* inaugurados em 13 de dezembro de 2020, sob os perfis @pindorama_exposicao e pindoramaexposicao respectivamente, e, um mês depois, 13 de janeiro de 2021, foi lançado seu sítio eletrônico: <http://ex->

popindorama.com.br/. Essas foram as principais plataformas adotadas para a realização da proposta da exposição, embora outras mídias sociais de grande alcance também tenham sido utilizadas.

Neste artigo, será traçado breve panorama sobre as exposições curriculares dos cursos de Museologia da UniRio e, a partir daí, será apresentada sucintamente a proposta temática e de abordagem idealizada para a referida exposição. Na sequência, serão apresentadas algumas problemáticas no âmbito dos museus e de suas convergências com a Cibercultura, que serviram para fundamentar decisões no decorrer do processo de desenvolvimento de nossa exposição, em especial no que tange à metodologia colaborativa, participação dos públicos e a idealização do conceito da exposição. Por fim, serão apresentadas soluções criativas a que se chegou, especialmente no que se refere à convergência entre o sítio eletrônico e o Instagram.

A exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à venda” foi realizada pelos discentes: Caio Cerqueira, Débora Valle, Érika Barbosa, Gabriel Monçores, Ilana Freitas, Isabela Freitas, Júlia Araujo, Larissa Martins, Lia Peixinho, Lívia Souza, Luiz Eduardo Souza, Marília Martins, Nicolas Santos, Nicole Reinger, Railani Nascimento, Rayssa Silva, Thalyta Angelici, Thamires Silva, Thamires Siqueira e Thiago Silva.

Exposições Curriculares na UniRio e a proposta da Exposição Curricular “Pindorama: a Natureza não está à venda”

As exposições curriculares tiveram início no Curso de Museologia da UniRio em 1978, ainda que antes disso seja possível identificar iniciativas de exposições produzidas como parte de dinâmicas propostas em uma ou outra disciplina. De lá para cá considerando o semestre 2020/I emergencial, no total, foram realizadas 89 exposições curriculares, sendo destas, 6 do Curso Noturno, as quais começaram a ocorrer em 2015. Oitenta e seis foram realizadas em diferentes espaços geograficamente localizados e 3 ocorreram em espaço virtual², sendo a última, “Pindorama: a natureza não está à venda”, objeto deste artigo.

Em entrevista ao então graduando de Museologia Luiz Nunes, cujo Trabalho de conclusão de Curso debruçou-se sobre as exposições curriculares, a professora Celma Baraçal, uma das que trabalhou na reformulação do currículo do Curso de Museologia da UniRio em 1978 e responsável pelas exposições curriculares durante alguns anos, fornece importante referencial para entender-se o que representam, de fato, até hoje, as exposições curriculares. Nas palavras da professora:

A necessidade que nós vimos de dar uma experiência ao aluno com disciplinas de fim de curso, sétimo período, em que ele vivenciasse todos os aspectos referentes à montagem de uma exposição. No caso, seria uma exposição temporária, curricular, que não tinha um compromisso de que fosse algo absolutamente profissional e perfeito. (...). Então, com acerto e erro. E era através desses acerto e erro, que se esperava que o aluno tivesse uma experiência museológica. Um encaminhamento, praticamente, da formação profissional dele. (NUNES, 1999: 95 e 96)

2 O Curso Noturno de Museologia produziu duas exposições curriculares que, em decorrência de dificuldades administrativas no que diz respeito a verba, tomaram formato digital. No entanto, estas não tiveram como perspectiva metodológica o enfrentamento das complexidades e potencialidades da cultura digital, fizeram parte, portanto, de outra conjuntura processual.

O caráter laboratorial, de aprendizado a partir de erros e acertos diante do contexto e das circunstâncias vigentes, marca e define a trajetória das exposições curriculares na UniRio. Neste sentido, é válido citar que na entrevista concedida, a professora Celma Baraçal (NUNES, 1999, p. 98) indica a importância, desde sempre, de que os docentes responsáveis pelas disciplinas dedicadas à exposição coordenem as atividades mediante a dimensão de que aquela exposição é uma experiência única para a turma. É, portanto, o conjunto de alunos que deve protagonizá-la; o que torna o processo de orientação e coordenação muito singular e complexo, demandando dos professores, ao nosso ver – fruto da condição de ex-aluna do Curso e, há mais de 10 anos professora da disciplina Museologia e Comunicação IV -, habilidade para conjugar conhecimentos técnicos e científicos, mas também muita sensibilidade e capacidade de escuta – em relação aos alunos e às transformações do mundo e da Museologia -, além de iniciativa para a construção da rede de relações necessárias ao andamento adequado do processo.

A partir de um olhar retrospectivo, ao refletir sobre os aspectos de permanência das exposições curriculares, Celma Baraçal ainda revela:

O que permaneceu eu acredito que seja a filosofia dessa disciplina: que seria sempre possível em nível de um aprendizado que levasse a uma conscientização do aluno, enquanto museólogo. A importância que seu trabalho pode ter a nível de mudanças de comportamento (...) E, na medida em que a exposição podia permitir também crescimento da turma, enquanto grupo de indivíduos e enquanto indivíduos isoladamente e a integração dessas pessoas como formação de equipe. (NUNES, 1999: 99)

Helena Uzeda (2020: 172), professora da disciplina desde 2009, também discorre sobre o aspecto coletivo da exposição e apresenta outros pontos:

As exposições curriculares desenvolvem projetos que dificilmente contam com objetos autênticos de coleções, utilizando apenas cópias e imagens para reflexões sobre temas e questões contemporâneas escolhidos pelos discentes, o que permite grande liberdade e criatividade no exercício das técnicas envolvidas na comunicação. E ainda que o desenvolvimento do tema decorra de uma opção ligada diretamente aos interesses dos estudantes, as exposições curriculares, como trabalho coletivo, os confrontam com a diversidade de pontos de vista da turma e os leva a transigir diante de situações conflitantes, concatenando experiências individuais às concepções coletivas e globais.

A diversidade de pontos de vista e percepções sobre os temas e os debates, seja entre os discentes, seja entre os docentes, é outro aspecto marcante nas exposições curriculares. Isto, no entanto, não precisa ser entendido como um problema, ao contrário, mas um traço característico, que aproxima os discentes da realidade que viverão em suas vidas profissionais. O reconhecimento da existência e riqueza das vozes diversas, contudo, não implica a anulação de antagonismos. Esses integram a construção coletiva e a enriquecem.

Neste sentido, é válido citar que em publicação de grande contribuição à reflexão em torno de conceitos relacionados a exposição, e também ao ensino da prática expositiva sob a perspectiva da Museologia, Cury define exposição a partir de múltiplas dimensões:

a exposição é a ponta do iceberg que é o processo de musealização, é a parte que visualmente se manifesta para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural. É, ainda, a grande chance dos museus de se apresentarem para a sociedade e afirmarem a sua missão institucional.” (CURY, 2005: 35).

A definição da autora nos remete ao menos a duas discussões, as quais podem ser travadas de maneira mais ou menos associadas: uma primeira, que pode-se ver anunciada neste item, quando menciona-se a complexidade metodológica das exposições curriculares, destacando-se a percepção da exposição como face publicamente visível de um processo e de um conjunto de ações e deliberações técnicas, científicas, políticas, etc., bastante complexo, que envolve diversos atores, saberes e interesses individuais e coletivos; e uma segunda, que estará de certo modo manifestada no próximo item, que aponta para a dimensão comunicacional e que possibilita a experiência poética do público, residindo aí, ao fim e ao cabo, a sua importância: conforme apontam diversos autores da Museologia, a exposição seria o principal meio de comunicação dos museus com seus públicos... Algo relativamente consensual para a maior parte dos que pensam e atuam nos museus, embora não irremediavelmente definitivo, pelo menos até a realidade imposta a essas instituições a partir da pandemia de COVID-19.

Se retomarmos a ideia de exposição como ponta do iceberg do processo de musealização, face que visualmente se manifesta para o público, é preciso criar meios para que o ensino em Museologia e, mais especificamente, em Comunicação museológica e em Museografia (CURY, 2015), possibilite aos discentes reflexões e práticas que corroborem a dimensão de complexidade, em termos de ações, trocas, agentes, decisões, parâmetros técnicos, posicionamentos éticos, etc. que é o processo de concepção, montagem e avaliação de exposições realizadas a partir da perspectiva da Museologia.

Conforme situa Uzeda (2020: 172), as exposições curriculares vem se constituindo como verdadeiros eventos dentro do calendário da UniRio. Nos últimos anos, frequentemente, no decorrer das duas semanas de abertura ao público, as exposições vem recebendo mais de mil visitantes, entre membros da comunidade universitária, amigos e familiares dos discentes envolvidos no projeto e interessados em geral pelo tema. Além disso, por meio dos projetos educativos desenvolvidos no âmbito de Museologia VI, ocorre a recepção e mediação de grupos diversos agendados. Isto significa dizer que o número de visitantes de tais exposições supera em muito aquele registrado em seus livros de assinatura, o que usualmente é descrito e explicitado no Relatório final de cada exposição.

Em geral constituídas por uma mesa institucional de boas vindas e outra voltada ao debate sobre o tema escolhido para a exposição, as cerimônias de abertura costumam acontecer com a presença e participação de representantes da Reitoria, Decania, Direção da Escola, Coordenação do Curso, docentes e discentes da Escola, além de familiares e amigos dos alunos, e pessoas com ligação direta ao tema, seja do âmbito acadêmico ou não. Tais eventos e presenças, duas vezes por ano para o Curso Integral e uma vez para o Curso Noturno, dão conta do quanto a exposição curricular já foi de fato assimilada pela Instituição, tendo sido possível contar com destinação de recursos financeiros da Universidade para a realização de parte significativa dessas até 2019.

Além da exposição curricular, dos projetos educativos, e de eventos relacionados, progressivamente ao longo da última década, os discentes têm de-

envolvido sistematicamente iniciativas em meio digital, com a criação de blogs, perfis e eventos de *Facebook*, perfil de *Instagram*, canal de *Youtube*, conta no *Twitter*, entre outras. Tais iniciativas, no entanto, vinham funcionando de modo complementar à exposição, para a qual todos os esforços sempre foram envidados.

Conforme já mencionado, a exposição “Pindorama: a natureza não está à venda”, produzida e lançada no âmbito do primeiro semestre de 2020 - Emergencial, teve origem na proposta apresentada pelos discentes em setembro de 2019. Motivada pelo aumento desenfreado da exploração ambiental no Brasil e seus impactos naquele ano, com as crises referentes aos incêndios na Amazônia, rompimento de barragem de Brumadinho, manchas de óleo no mar do Nordeste e Sudeste, o tema eleito por votação pela turma foi “a exploração dos recursos naturais brasileiros”.

Admitida a incapacidade de alunos de Museologia realizarem uma abordagem minimamente profunda condizente com o universo das ciências biológicas e naturais, a turma optou por assumir abordagem que partisse de problemáticas caras às ciências humanas e sociais contemporâneas. Decidiram, assim, que lançariam perspectiva ancorada em pressupostos do que compreendiam por “Teoria Decolonial”, ainda que tal intento tenha gerado controvérsias no decorrer do processo. A abordagem apresentada como lente para tratar o tema da exposição curricular não foi encarada de maneira unívoca pelos discentes, tampouco pelos docentes. Tal fato gerou diversas questões que precisaram ser permanentemente discutidas ao longo das aulas e fora delas, o que certamente contribuiu para enriquecer a experiência e o aprendizado.

Com relação direta com a opção de abordagem do tema, a colaboração foi desde o princípio compreendida como central à metodologia proposta, trazendo para a turma o compromisso de articulação, escuta e oportunização de voz a diferentes grupos para a produção da narrativa e o estabelecimento de parcerias. Conforme explicita Cury (2020), a metodologia participativa pressupõe a combinação entre representação e autorrepresentação, ou seja, a construção da exposição passa pelas interfaces produzidas entre as narrativas sobre os grupos e aquelas engendradas pelos grupos. Nas palavras de Oliveira e Santos (2019: 12 apud CURY, 2020: 140), “os desafios postos pelas práticas museais contemporâneas passam pela incorporação do ‘outro’ como sujeito cognoscente equivalente aos demais membros dos museus”.

A proposta metodológica para o desenvolvimento do projeto sustentava-se, sobretudo na abordagem, mais do que no tema em si, definido como “(...) a exploração dos recursos naturais brasileiros (...) apresentada em um recorte da contemporaneidade, no século XXI” (PROJETO EXPOSIÇÃO CURRICULAR). O objetivo geral a orientar o projeto foi “instigar a reflexão dos visitantes sobre a exploração dos recursos naturais no território brasileiro para além da prática do mercado e agendas políticas, em uma perspectiva político social”; e os objetivos específicos:

- a) Apresentar o tema a partir de uma perspectiva decolonial;
- b) contribuir no desenvolvimento da afetividade dos visitantes em relação ao meio ambiente e seu território, valorizando identidades;
- c) expor aos visitantes sobre as diversas formas de como são explorados os recursos naturais do território brasileiro, sejam de maneira agressiva ou pacífica para o meio ambiente;
- d) abordar grupos sociais que resistem pelo seu estilo de vida, de utilização da natureza, ou pelo confronto direto para assegurar os seus direitos humanos na lógica capitalista atual;
- e) Incentivar o pensamento crítico do público, a respei-

Exposição Curricular em tempos de pandemia e ensino remoto:
a Comunicação Museológica frente aos desafios e potencialidades da Cultura Digital no ensino em Museologia

to da visão de futuro propagada pela sociedade ocidental, que desvalida os diferentes saberes e relações de temporalidades na contemporaneidade.

Pensada no formato de 4 eixos temáticos (1-Apresentação do tema, da abordagem e de conceitos base; 2- Atividades de exploração; 3- Grupos de exploração; 4- Perspectivas futuras), a partir dos quais os discentes se mobilizaram para realizar pesquisa e levantamento de materiais e propostas, a exposição curricular, cujo título provisório até aquele momento era “Quanto vale o progresso? Da exploração à luta”, desenvolvia-se normalmente e, tal como as exposições anteriores, contaria com o apoio do LADEX e do Espaço Cultural do CCH para a concretização do projeto.

Para otimizar o trabalho a ser desenvolvido, de acordo com o coordenação dos professores, para além dos eixos temáticos e da discussão em torno da narrativa e dos textos, os alunos se distribuiriam também entre grupos de trabalho executivo, fomentando o cruzamento e a troca conforme as atividades: *Formatação de texto; Som e imagem; Divulgação, comunicação e relações públicas; Acervo; Infraestrutura e inauguração; Mídias e comunicação eletrônica; Registros documentais; Estudos de público.* Além desses, conforme os projetos educativos desenvolvidos, poder-se-ia ter mais grupos de trabalho. A quantidade e diversidade de frentes revelam a complexidade metodológica da atividade curricular, potencializada pela proposta de abordagem decolonial e a centralidade da colaboração na produção da narrativa.

Diante deste breve panorama do que representam as exposições curriculares no âmbito da formação em Museologia na UniRio e das bases que guiaram o anteprojeto da turma, apresentam-se no próximo item algumas referências conceituais e de iniciativas que subsidiaram as tomadas de decisão, as complexidades que marcaram a concretização do projeto e as soluções encontradas.

A Pungência da Cultura Digital na Comunicação Museológica: a Exposição Curricular como realidade empírica

O anteprojeto apresentado pela turma em dezembro de 2019 colocava ao grupo de discentes e docentes desafios difíceis por si só, do ponto de vista teórico e metodológico. Somada às dificuldades de natureza acadêmica, a ausência de recursos financeiros para a realização da exposição era iminente. Para completar o explosivo caldeirão, com a realidade da pandemia de COVID-19, foram adicionados o ensino remoto e a condição digital como únicas alternativas possíveis de encaminhamento.

Diante do desafio que se anunciava gigantesco, algumas das problemáticas que se apresentaram foram: o caminho a seguir seria transpor a proposta idealizada para o Espaço Cultural do CCH para um sítio eletrônico? Diante da incapacidade técnica e tecnológica e da confirmação de falta de recursos financeiros, como viabilizar a exposição digitalmente, considerando elementos expográficos do universo digital? Que elementos seriam esses? Como construir uma exposição a partir do viés da Museologia e não um sítio eletrônico temático “qualquer”? Quais seriam os públicos da exposição? Como alcançá-los e fomentar o diálogo com eles? Como se desenvolveria a metodologia colaborativa para a produção da narrativa? Como aproveitar e promover o potencial de participação em “tempo real” na narrativa da exposição? O papel das mídias sociais seria apenas de divulgação ou deveria ir além?

E mais: diante do reconhecimento da insuficiência e do anacronismo do modelo de museu calcado na dinâmica relacional UM – TODOS (LEVY, 2010); de discussões sobre o museu 4.0 ou o smart museum (LISBOA, 2019); ou, de um museu hipercultural (SCHEINER, 2020: 52); e frente aos debates que emergem a partir da Cibermuseologia (LESHCHENKO, 2015; MAGALDI, BRULON, SANCHEZ, 2018); de que maneira, sem condições técnicas, tecnológicas e financeiras, conduzir a realização de uma exposição minimamente condizente com os desafios e as potencialidades que se apresentam aos museus no mundo contemporâneo frente à cultura digital? Muitas outras questões permearam o processo, mas essas são algumas que convergem para o que exploramos nas próximas páginas.

Frente ao cenário de vastas possibilidades, porém de condições muito restritivas, foi fundamental recorrer-se àquilo que a professora Celma Baraçal entende como filosofia da exposição curricular: espaço e momento de “(...) aprendizado que levasse a uma conscientização do aluno, enquanto museólogo”. E, também, acreditamos, por parte dos professores, sobretudo neste caso específico, de total ausência de experiências precedentes. Erros e acertos compreendidos a partir de sua dimensão construtiva e experimental para a reflexão, autocrítica e produção técnica e científica de conhecimentos em Museologia.

A vivência intensa de tal experiência, por parte de discentes e docentes, nos coloca diante da realidade museal diversa e complexa contemporânea. Museus inspirados no modelo iluminista convivem com museus de base comunitária e museus virtuais, entre outros, onde as práticas museais e museológicas são igualmente diversas e por vezes podem parecer até mesmo paradoxais: museus virtuais que se constituem a partir de uma lógica arquivística e/ou conteudista e apostam na comunicação unidirecional; museus de base iluminista que fazem uso extenso e inovador de tecnologias digitais; museus de arte que lançam mão de espetáculos imersivos de pura tecnologia para acesso e fruição de obras clássicas; museus de ciência e tecnologia que adotam recursos analógicos e sedimentados na metodologia historiográfica para tratar da mais espetacular inovação; museus comunitários de território que se organizam a partir da criação, manutenção e divulgação de sítios eletrônicos; etc. Tudo isso e muito mais conformam a diversidade e complexidade museal contemporâneas.

Neste sentido, é válido trazer à discussão a percepção de Lisboa (2019), que defende um conceito de museu 4.0 ou *smart museum*, o qual é orientado especialmente aos públicos e aos seus compartilhamentos, e coabita a diversidade museal junto àquilo que chama museus 1.0, 2.0 e 3.0:

O presente e o futuro dos museus apresentam-se com uma forte presença das tecnologias digitais, expressão das dinâmicas socioculturais contemporâneas permeadas por uso de dispositivos tecnológicos, mas, acima de tudo, da opregância de um pensamento sistêmico, legado indelével da era tecnológica. Neste contexto, o museu contemporâneo corresponde a uma máquina complexa, com um reajuste ontológico que conta com toda sorte de dispositivos tecnológicos digitais, mas, também, se antepara em práticas sociais de abertura para a coexistência de museus dos mais diversos, e, principalmente, orientado ao público. Essa conjuntura têm modificado a forma e os procedimentos adotados pelos museus, configurando uma nova forma de existência do museu, ou seja, uma nova ontologia que arranja o museu de uma forma distinta como conhecíamos, até então. (LISBOA, 2019: 352)

Segundo o autor, a contemporaneidade é marcada pela coexistência de diversos museus e a orientação ao público é desígnio cada vez mais frequente.

Neste ponto, é preciso lembrar que, para Leshchenko (2015, p. 240), a convergência da Museologia com a Cibercultura, chamada Ciber-museologia, se vê atualmente interligada ao paradigma da participação dos públicos no campo museal. Ferramentas capazes de descortinar um horizonte de possibilidades aos processos de musealização, as tecnologias digitais, especialmente aquelas em rede, tem possibilitado aos museus desenvolverem iniciativas participativas, inclusive com foco na inclusão, tais como a folksonomia; a construção colaborativa de narrativas em tempo real a partir de diferentes territórios; a educação museal *online* (Marti, 2019); entre outras iniciativas.

Desse modo, Lisboa (2019) traz rica discussão à Museologia quando aborda que os próprios procedimentos da musealização também são (ou precisariam ser, pensamos) transformados a partir da mudança de um paradigma museal arquivístico para um de compartilhamento. Segundo o autor (2019: 9), a complexidade dos museus contemporâneos torna a dinâmica da musealização “(...) líquida e quebra com o paradigma exclusivo do museu como lugar de posse e guarda, para agregar a condição de acesso e compartilhamento, reinventando sua função social e por conseguinte, sua ontologia”.

Magaldi, Brulon e Sanchez também veem transformações no processo de musealização a partir da intensificação das tecnologias digitais nos museus. De acordo com os autores (2018: 137), os aparatos tecnológicos permitiram a inserção dos visitantes nos processos de musealização, multiplicando as formas de “participar de maneira íntima de virtualmente todos os estágios da musealização, desde a gestão dos recursos, por meio dos mecanismos de *crowdsourcing*, até a divulgação do resultado final através do uso das mídias sociais”. Importante sublinhar, contudo, a necessária atenção e mobilização para que tais transformações ocorram de modo a promover a inclusão dos públicos, e não reiterar e/ou ampliar distanciamentos e práticas excludentes.

Lisboa (2019) faz notar, ainda, que mesmo que o museu não procure estabelecer deliberadamente um diálogo com as tecnologias e a cultura digitais, é praticamente impossível, no mundo contemporâneo, não ser tocado por elas. Isto porque os públicos dos museus já vivenciam tal cultura de forma mais ou menos intensa: quando, ao decidirem ir a algum museu, lançam seu nome no buscador e decidem o horário e a maneira de se dirigirem até lá a partir dos resultados de busca; ou quando georeferenciam as instituições em seus perfis pessoais do Instagram ou criam “#” para compartilhar suas experiências vividas ali; ou quando, ao escreverem no buscador qual o melhor museu do Brasil, como denuncia a pesquisa de Silva (2020), são remetidos a uma instituição específica – como se definir isso fosse algo simples...-, indicado graças a parâmetros constituídos a partir de referenciais de uma fração de classe específica que utiliza o site de viagens Trip Advisor; etc. Nas palavras de Lisboa,

A cibercultura abarca a sociedade de maneira irremediável e mesmo que o museu, em sua atuação prática, esteja alijado do território cibernético, os agentes sociais, indubitavelmente, farão as mais diversas ações, digitalizando os conteúdos museais. Mesmo que o museu, institucionalmente, voltamos a dizer, esteja descolado das vibrações tecnológicas de nosso tempo, os sujeitos tratarão de superar a falta de tecnologia do mesmo com documentação e compartilhamento dos conteúdos museais nas infovias da rede (LISBOA, 2019: 376)

Diante do reconhecimento da premência da Museologia e do ensino em Museologia, mais especificamente, em nosso caso, da Comunicação Museológica e da Museografia, se situarem no contexto do debate em torno da cultura digital como parte do mundo contemporâneo, foi fundamental, no âmbito do processo de revisão do projeto e da metodologia da exposição curricular, buscar referências capazes de fundamentar e guiar as tomadas de decisão do grupo.

Neste sentido, como forma de organizar e sistematizar o conjunto de referências, foi solicitado aos alunos, em atividade assíncrona, que a partir de um olhar crítico sobre a proposta, considerando a abordagem específica da Museologia e a centralidade da relação público-museu nos debates contemporâneos, realizassem: identificação e estudo de exposições digitais e/ou museus virtuais e/ou iniciativas análogas; identificação do tipo e como é feita a apresentação da base de dados (arquivística, técnica, artística, imersiva, interativa, etc.), assim como a dinâmica comunicacional proposta (unilateral/multidirecional/colaborativa?); verificação da existência de propostas interativas (sítio eletrônico, redes sociais, aplicativos, etc.); identificação, apontamento e reflexão sobre as interfaces do sítio eletrônico e as possibilidades hipertextuais; identificação e análise das redes sociais associadas.

Antes da proposição da atividade, entretanto, apresentou-se e discutiu-se, sincronicamente, a “(...) lista de estudos de casos e boas práticas de alcance digital que podem inspirar os museus”, lançada pelo Conselho Internacional de Museus - ICOM em 12 de março de 2020, no auge da pandemia na Europa, sob o título “Como alcançar – e promover o engajamento – seu público remotamente”. Entre as ações indicadas pelo ICOM aos museus estavam: disponibilizar as coleções *online*; organizar visitas virtuais via *live* de Facebook e Instagram; exposições realizadas a partir do uso do Pinterest; promover discussões a partir de *threads* no Twitter; explorar coleções, discutir com convidados ou dar uma nova perspectiva sobre o trabalho realizado pelos museus via *podcast*; promover o engajamento do público dos museus com o uso de *hashtags*, “#”, para contar histórias e compartilhar experiências por meio de campanhas, e participação em enquetes e concursos.

Numa segunda atividade assíncrona, com o mesmo propósito de organizar e sistematizar o conjunto de referências, foi realizado o levantamento de bibliografia, a fim de apresentar possibilidades conceituais sobre as noções de público, participação, colaboração, Cibermuseologia e Cibercultura. Ao fim e ao cabo, tal levantamento tinha como objetivo provocar os alunos a refletirem sobre as possibilidades – ou não – de/para aplicação dos conceitos à exposição curricular, fornecendo fundamentação e subsídios para as tomadas de decisão do grupo de discentes e docentes.

Munidos das referências levantadas a partir dessas atividades, assim como daquelas construídas a partir das vivências dos agentes inscritos no desenvolvimento da exposição, partiu-se para as propostas executivas criativas, visando ao enfrentamento do desafio da concretização da exposição. Como o objetivo deste artigo não é descrever, tampouco relatar todo o processo de desenvolvimento da exposição, aqui será apresentado um olhar específico sobre algumas das soluções a que se chegou. Como foco, problematizamos o conceito da exposição, a metodologia colaborativa para a produção da narrativa e a participação e interação dos públicos.

O levantamento de bibliografia e de exemplos de exposições digitais e/ou museus virtuais e/ou iniciativas análogas acabaram por revelar a dificuldade

de encontrar conceitos operacionais e/ou formato único que dessem conta de caracterizar exposições museológicas em meio digital, do ponto de vista expográfico. Vale ressaltar que alguns estudiosos da Museologia (LIMA, 2009; FERREIRA, ROCHA, 2018; DESVALLÉS, MAIRESSE, 2013) vem se debruçando sobre o conceito e os formatos de museus virtuais e museus digitais, entre outras terminologias. Entretanto, esses estudos não costumam se ater a questões específicas compatíveis com aquilo que em projetos geograficamente localizados identificamos como elementos expográficos, os quais constituem o cerne da disciplina Museologia e Comunicação IV. Neste sentido, ao longo do percurso, referências advindas da área de *Design* e *Marketing* digital contribuíram em grande medida para algumas tomadas de decisão relativas à execução da exposição, de forma mais ou menos consciente.

Em levantamento feito a partir do acesso a 36 museus de arte durante os meses de março e abril de 2020, Prado (2020) identificou que, do universo pesquisado, as três principais formas de exposição se sustentavam a partir da disponibilização de:

- catálogos digitais, que, em sua origem, são ferramentas de pesquisa cuja estrutura e interface possuem uma lógica arquivística, com foco em pesquisadores. Neste caso, “a narrativa é construída na medida em que o público altera parâmetros desta ferramenta e visualiza novos conjuntos de obras”, prescindindo, em si, de um projeto expográfico. O museu pode oferecer e o visitante pode organizar seu próprio fluxo de visitação a partir de interesses específicos, o que Manovich (2001 apud PRADO, 2020) chama de modularidade: é possível o museu “ofertar diferentes narrativas curatoriais, educacionais ou customizadas para públicos específicos, e até propor um relacionamento mais horizontal, dando ao público visitante o poder de criar e expor suas próprias narrativas em uma mesma exibição”. Por meio de uma base de lógica arquivística, os visitantes/usuários podem acessar informações sobre as coleções, assim como organizar e compartilhar aquilo que achar mais interessante e/ou com o que mais se identificar;

- passeios virtuais, que funcionam com narrativa pré-determinada, sendo entendidos como “(...) processos de simulação do espaço físico dos museus que colocam o visitante dentro de um ambiente tridimensional, permitindo-o circular por entre as galerias como se estivesse presente nas instalações físicas destas instituições”. Constituem-se, segundo o autor, como “tentativas forçadas de se manter uma tradição cultural em um contexto onde ela mais opera como um limitador do que um potencializador da experiência museal”. Com relação ao fluxo de visitação, a experiência do visitante é limitada pelas possibilidades previamente arranjadas pela programação digital; e

- apresentações digitais, as quais funcionam a partir de narrativa pré-determinada, linear, apresentando-se como “formato que melhor aproveita as características do espaço digital e mais se distancia da estética tradicional utilizada pelos museus.” Constituem-se como histórias que podem abordar diferentes museus, coleções, temas, artistas e obras contadas através de conjunto de textos, imagens, áudios e vídeos. Em termos de fluxo de visitação, o percurso é único e de leitura linear.

Em todos os casos, os *hiperlinks* funcionam como estruturas que permitem justamente explorar potenciais exclusivos do meio digital, não presente nas mídias tradicionais.

A partir desse levantamento, Prado (2020) chega à conclusão de que em todas as exposições consultadas por ele o que é disponibilizado ao público são objetos culturais materiais, representados no espaço digital. Este ponto é fundamental para entender-se o que o autor defenderá, visto que, em suas palavras, “a ausência da materialidade em uma exposição *online* – não apenas relativa às obras apresentadas, mas também ao próprio espaço físico das galerias de um museu – é, provavelmente, o principal fator para o desinteresse por parte do público”. De acordo com o autor

É compreensível que, hoje, um serviço de streaming consiga suprir de forma mais adequada a experiência de ir ao cinema do que a visita a um museu *online* o faz frente a uma visita presencial. Não há, ainda, tecnologia disponível que torne próxima a experiência de apreciar uma obra em um museu virtual da apreciação ao vivo dessa mesma obra. É inevitável aceitar o fato de que, hoje em dia, o encontro ao vivo com um objeto cultural material não será suprido por uma representação digital. Um projeto expográfico digital não precisa assumir tal responsabilidade. Entretanto, há outras formas de buscar um maior envolvimento do público com estas experiências, seja ao transpor de forma adequada determinados atributos consolidados em uma exposição física, seja na adoção de novos recursos exclusivos deste contexto digitalizado. (PRADO, 2020)

O levantamento de Prado (2020) fornece valiosos referenciais à idealização expográfica de projetos de exposição digital, assim como levanta tendência de renomados museus realizarem iniciativas digitais ancorados na materialidade. Contudo, é preciso reafirmar aqui a diversidade museal contemporânea já mencionada e considerar também esta diversidade entre os museus virtuais/digitais.

Lima (2009: 2452), por exemplo, há mais de uma década atrás, identificou, analisou e classificou 79 “museus autodenominados virtuais”, nacionais e internacionais, categorizando-os em 3 tipos: Museu Virtual Original Digital, existente apenas na Web, não tendo “referência física da sua existência ‘real’” (LIMA, 2009: 2460); Museu Virtual Conversão Digital, “que reproduz na Web tanto o Museu quanto a coleção de natureza material” (LIMA, 2009: 2461-64); e Museu Virtual Composição Mista, criado e existente apenas no ambiente Web, sem correspondência no mundo físico, constituído por coleções existentes no mundo físico e que sofreram processo de digitalização.

Diante dos horizontes conceituais e práticos que fundamentaram o desenvolvimento da exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à venda”, admite-se um itinerário muito particular de concretização da proposta, o qual, de início, não era o que se vislumbrava. Na verdade, num primeiro momento, foi consensual que a exposição seria exclusivamente hospedada em seu sítio eletrônico, a ser viabilizado pela adoção da plataforma Wordpress, tendo em vista a possibilidade de uso gratuito. Entretanto, conforme o caminho foi sendo trilhado e estabelecendo-se a prática de reflexão e autoavaliação permanentes sobre o que se havia construído até então e aquilo que ainda estava por vir, parte do grupo entendeu que seria inviável concretizar a proposta da exposição apenas por seu sítio eletrônico. As dificuldades técnicas e tecnológicas apresentadas, a falta de recursos financeiros, a ausência de um profissional de programação digital, entre outras questões, inviabilizariam o projeto. Sendo assim, foi preciso lançar-se à inovação conceitual, considerando as expansões e convergências do universo digital e seu cruzamento com a Cibermuseologia.

As mídias sociais que, num primeiro momento, seriam suplementares ao sítio eletrônico, funcionando mais como espaço de divulgação e alguma interação com os públicos, ganharam destaque como a alternativa mais viável para concretizar as possibilidades de colaboração dos públicos e também conferir maior dinamismo à narrativa. Sendo assim, parte do grupo de discentes e docentes compreendeu que a exposição se concretizou por meio das interfaces e convergências entre as mídias sociais, em especial o Instagram, o sítio eletrônico e a interação com os públicos, não se restringindo exclusivamente ao sítio eletrônico. Tal compreensão, entretanto, não foi unívoca.

Para forjar tal convergência, as mídias sociais foram lançadas um mês antes do sítio eletrônico, apresentando tópicos específicos e exclusivos da narrativa. Algumas das publicações, especialmente no Instagram, suscitaram abordagens que não foram feitas no sítio eletrônico e que foram fundamentais na construção narrativa. Como exemplo disso, podemos citar a maneira como os eixos narrativos, nomeados a partir de verbos de ações propostas pela exposição, Explorar, Refletir, Lutar e Planejar, se configuraram e convergiram, entre sítio e Instagram.

A primeira plataforma se estruturou a partir das abas Projeto, Exposição, Educativo e Contato (figura 1).

Figura 1: Interface inicial do sítio eletrônico



Fonte: <http://expopindorama.com.br/>

Figura 2: Representação imagética de planta que dá acesso à exposição



Fonte: <http://expopindorama.com.br/>

Clicando-se em *Exposição*, o visitante/usuário é remetido aos verbos de ações propostas/eixos narrativos, os quais também podem ser acessados, ao final da página principal, ao clicar-se sobre uma referência imagética de planta (figura 2), onde consta a frase “selecione os verbos para começar sua experiência”. Ao clicar nos verbos, seja na página principal, ou na aba *Exposição*, o visitante/usuário é remetido à página com a proposta do verbo/eixo narrativo, onde pode encontrar textos, imagens, vídeos, *GIFs*, *hiperlinks* e interações, conforme o conteúdo disponível, sendo possível passar de um verbo/eixo narrativo ao outro, ainda que de maneira sequencial. Ao final da narrativa textual do verbo *Planejar*, quando se propõe ao visitante/usuário “Vamos planejar juntos os nossos próximos passos?”, recorre-se a um *hiperlink*, “Clique aqui para entrar no Instagram e participar!”, criado a partir de uma postagem da mídia social em que propõe-se um desafio de caça-palavras distópico (figura 5). A partir dele, o visitante/usuário é provocado a planejar, pensar no futuro e também se entreter, buscando as palavras, compartilhando seus achados. Vale dizer que essa foi das postagens com maior número de interações (8) dos seguidores em formato de comentários, os quais indicavam as palavras encontradas.

Já no Instagram, os verbos/eixos narrativos aparecem no *Feed*, visualmente inscritos dentro de molduras com a mesma identidade visual, a qual também marca a primeira postagem da plataforma, em que apresentam-se o título da exposição e a logo da UniRio. Ao clicar-se nas publicações que revelam os verbos/eixos narrativos, o visitante/usuário é instigado, por meio de texto provocativo, interativo e direto a manifestar-se conforme o verbo de ação proposto. A maior parte do conteúdo de textos, imagens e *GIFs*, etc. apresentado nessas publicações é também utilizado no sítio eletrônico. Porém, por tratar-se de mídia social que sustenta-se na proposta de interação, ou, como jargão linguístico adotado nessas mídias, “engajamento”, nesta plataforma expressa-se de modo muito mais claro a tentativa de construção de diálogo com os públicos.

Figura 3: Publicação inicial do Instagram, contendo logo da exposição e da UniRio

Figura 4: Publicação do Instagram em formato carrossel de um dos verbos/eixos narrativos



Fonte: https://www.instagram.com/pindorama_exposicao/

Não à toa, todas as postagens acerca dos verbos/eixos narrativos são finalizadas por questionamentos ou provocações que convidam os públicos a colaborar com a exposição. Refletir interpela “E você? Quando foi a última vez que refletiu sobre a importância da natureza ao seu redor?”; Explorar questiona “E você? Você já sabia de tudo isso? Que outros meios de exploração na natureza conheces? Diz-nos nos comentários, vamos explorar estas questões juntos!”; Lutar convida: “E você? Quando foi a última vez que refletiu sobre as pessoas que estão por trás da luta pelo meio ambiente? Conte pra gente nos comentários, vamos lutar juntos!”; e Planejar convoca: “E aí? Pronto para planejar?”

Outro tópico da narrativa que se constitui e expande por entre o sítio eletrônico e o Instagram, apresentando-se a partir de suas propostas diferenciadas, porém complementares, é o “Você conhece...?”. Novamente, adotando a mesma identidade visual, com a diferenciação apenas por cores (laranja, azul e verde), Refletir propõe que a ação seja promovida por meio de uma “sessão pipoca” (com direito a Emoji de pipoca, rolo de filme e menção a plataforma de *streaming* Netflix) para um documentário específico, questionando “quão desafiador pode ser preservar uma área ambiental? Como está o Cerrado atualmente? Vamos conversar mais sobre isso?”; Explorar apresenta o trabalho de “artevistas” (artistas + ativistas) que aparecem no sítio eletrônico e questiona “e aí, quais artistas que vocês conhecem que também tem trabalhos nessa temática?” (utilizando Emoji de lupa); Lutar mais uma vez promove a discussão a partir do gatilho de um documentário, dessa vez citando a plataforma de *streaming* Prime Video e perguntando “Já pegamos a pipoca e vocês?” (Emoji de pipoca) e “Será que conseguiremos conciliar a geração de energia com a preservação ambiental no Brasil!?”; por fim, Planejar propõe o desafio de caça-palavras distópico já mencionando anteriormente (Figura 5). Este é utilizado como elemento de conexão entre sítio e Instagram, sob o chamado “E aí, pronto pra encarar? Escreva aqui nos comentários quais palavras achou e o que pensa sobre elas. Será que alguém consegue achar todas as 10 palavras escondidas? Valendo!” (Emoji de lupa e de troféu).

Figura 5: Caça-palavras que atua na conexão entre sítio eletrônico e Instagram



Fonte: https://www.instagram.com/pindorama_exposicao/

A linguagem informal e o tom descontraído e dialógico adotados nas postagens do Instagram, mas também no sítio eletrônico, se pautaram em duas grandes reverberações que acompanharam o processo de desenvolvimento da exposição. A primeira delas foi a preocupação de propor algum alinhamento à metodologia de Paulo Freire (2008), que propunha alfabetizar seus alunos a partir dos elementos do cotidiano, conscientizando e criando senso crítico mediante a realidade vivida e partilhada.

A segunda diz respeito ao próprio território, linguagem e vivência dos discentes. Manejar o Instagram, para muitos, foi um processo bastante natural, havendo inclusive entre o grupo aqueles que administram contas pessoais dessa plataforma com fins temáticos. Tal naturalização em torno do uso da ferramenta, entretanto, trouxe também desafios, na medida em que a adoção da plataforma para fins particulares precisa ser tratada de modo diferente do

emprego da mesma para fins coletivos e, não menos importante, acadêmicos e museológicos. Como um coletivo de discentes e docentes de uma Universidade Pública do Rio de Janeiro pode lançar mão da ferramenta com a finalidade de realizar uma exposição sobre exploração de recursos naturais brasileiros, à luz da Museologia, sob a “perspectiva decolonial”?

O tom dialógico, com objetivo de provocar os públicos não somente a “se engajar” nas mídias sociais, mas também intervir na narrativa da exposição se expressou por meio de uma das primeiras postagens do Instagram, “Nós conversamos sobre...”, e outras duas: “Vamos conversar?” e “E eu com isso?”, as duas últimas, novamente, com a mesma identidade visual, diferenciando-se apenas pelo uso de cores, estratégia igualmente adotada em outros momentos.

Figura 6: Publicação no Instagram “Vamos conversar?”, com resultados do estudo de percepções de público



Fonte: https://www.instagram.com/pindorama_exposicao/

No caso da primeira, a publicação tratou de trazer os tópicos mais citados na pesquisa de percepções de público, realizada em novembro de 2020, que reuniu 300 respostas ao formulário que circulou por e-mail, Whatsapp e grupos de Facebook, que integraram a lista de contatos da exposição. Foi preciso, então, que o grupo responsável fizesse uma síntese dos pontos mais sensíveis, a fim de criar um canal de confiança e acolhimento ao público: “Vocês falaram e nós ouvimos! Fique agora com alguns dos temas mais citados na nossa pesquisa (...). Tem mais alguma contribuição ou esquecemos algum assunto? Manda pra gente aqui nos comentários! Nosso direct também está sempre aberto a vocês”. As postagens em torno das outras duas provocações consistiram no projeto educativo da exposição, o qual foi realizado por meio das mídias sociais. Trataram-se de publicações que convidavam os públicos a se manifestarem e, ao mesmo tempo, apresentarem essas manifestações aos demais (“iniciativas trazidas pelo público”).

Além da busca pela colaboração dos públicos em torno da narrativa da exposição por meio das mídias sociais, a metodologia colaborativa se fez presente também a partir das trocas promovidas com contatos e parcerias no decorrer do processo da exposição, englobando pessoas jurídicas e físicas, ligadas

a movimentos sociais, docentes, ativistas, etc.. A forma como a colaboração se deu variou conforme as trocas estabelecidas ao longo do processo: revisão de conteúdo do projeto por parte de acadêmicos que se debruçam sobre a “perspectiva decolonial” e os movimentos sociais; identificação e disponibilização de produtos produzidos por microempresas de pessoas que de alguma forma dialogam com o tema da exposição, havendo espaço para divulgação da iniciativa no Instagram a partir das ferramentas Stories e Reels; produção de vídeos, transmitidos via IG TV, de membros de movimentos sociais, moradores e fundadores de iniciativas relacionadas ao tema da exposição, os quais muito contribuíram para o enriquecimento da narrativa; entre outras.

No sítio eletrônico, a referência às colaborações aparece com grande destaque na página principal, onde, após um brevíssimo texto de apresentação no tópico “Quem somos” sucedem-se os nomes dos 20 discentes, 4 docentes, 18 colaboradores e as logos de 11 pessoas jurídicas. Só após a menção a todos, apresenta-se, então, o recurso imagético de planta que convida ao acesso à exposição (figura 2).

Se a colaboração foi metodologia pretendida para guiar o desenvolvimento do trabalho e a realização da proposta, e a exposição foi se construindo à medida em que as convergências entre sítio eletrônico e mídias sociais iam sendo estabelecidas pelas questões trazidas pelos públicos e colaboradores à narrativa, é preciso enfatizar e até mesmo problematizar as limitações de alcance, adesão à proposta metodológica e mobilização dos públicos.

As exposições curriculares da UniRio, conforme já mencionado antes, costumam contar tradicionalmente com segmentos de públicos de relativa facilidade de identificação, embora isso não signifique necessariamente homogeneidade, muito pelo contrário: comunidade acadêmica do campus, especialmente do CCH, entre alunos e professores, da graduação e pós-graduação, técnicos administrativos, equipes terceirizadas de apoio administrativo, limpeza, segurança e manutenção; familiares e amigos dos discentes envolvidos no projeto; interessados em geral pelo tema que tenham acesso à divulgação; e grupos mediados pelos projetos educativos. As exposições costumam contar também com outros segmentos de público, porém proporcionalmente em menor número e apresentando grandes variações etárias, de origem, interesses, motivações, etc.

Embora o ambiente digital possibilite a ampliação do número de visitantes/usuários da exposição, na conformação de uma audiência digital expandida bastante heterogênea e inespecífica, podendo alcançar públicos em qualquer parte do mundo, é preciso admitir que os segmentos de público da exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” diversificaram menos do que inicialmente se previa – ou, gostaria - em relação às exposições geograficamente localizadas na UniRio. Talvez seja possível dizer, inclusive, que, entre o período de lançamento das mídias sociais e o encerramento simbólico da exposição em 31/01/2021 e a elaboração do Relatório final, restringiu-se ainda mais a diversidade de segmentos de público da exposição, ainda que os eventos, especialmente o de lançamento do sítio transmitido pelo Youtube, tenham potencializado o alcance consideravelmente.

Conforme mostram as verificações realizadas pelos discentes constantes no Relatório final da exposição, o público foi composto em grande parte por discentes, docentes e pesquisadores de Museologia e áreas afins, com a diferença de ter-se alcançado pessoas desse segmento em outras cidades além do Rio de Janeiro; de amigos e familiares dos envolvidos; parceiros e colaboradores do

projeto. Os públicos que vivenciam e se mobilizam direta e cotidianamente em relação às questões da exploração da natureza, até mesmo por questões de sobrevivência biológica e cultural, pelos registros, parecem não ter sido alcançados em grande proporção e/ou interagido por meio das plataformas. Admite-se o baixíssimo índice de interações e retornos promovidos por pessoas de fora do ciclo de relações dos discentes e/ou da Museologia.

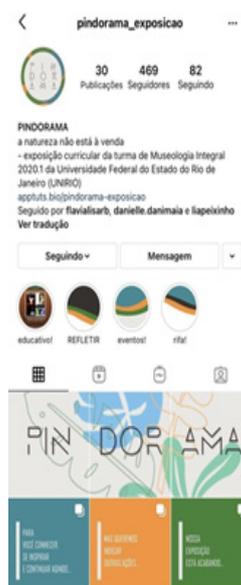
Confirma-se, assim, a dificuldade para “furar a bolha”, mais uma vez aproveitando um jargão linguístico da cibercultura, da teia de relações construída pelos envolvidos no projeto. Segundo Parisier (2011), por meio de algoritmos, o “filtro bolha” é responsável por controlar o que é visto e o que não é *online*, gerando impacto na formação da opinião e no direito à informação, podendo ampliar alguns conhecimentos, mas também, inversamente, restringindo o acesso a visões contraditórias, limitando opiniões, aprendizados e criatividade.

Por fim, mas não menos importante, destacam-se as iniciativas de interação com os públicos com objetivo específico de mapear suas percepções sobre o tema e a exposição. Como já abordado anteriormente, em novembro de 2020, circulou instrumento de coleta de percepções e referenciais sobre o tema da exposição, a fim de construir de modo mais polifônico e coeso sua narrativa. Além desse instrumento enviado para uma lista de contatos, nos dias que antecederam o encerramento simbólico da exposição, utilizou-se a ferramenta Stories do Instagram para provocar interações utilizadas para a avaliação da exposição. As perguntas foram: “O que você mais gostou da exposição até agora?”, com 3 retornos; “O que da exposição mais te impactou?”, sem nenhum retorno; e “O que você vai levar pra sua vida da exposição? Compartilhe com a gente!”, com 2 retornos. Tal dificuldade para obter retorno e interação do/com os públicos talvez possa ser sintomática da ausência de ressonância e penetração do projeto junto aos públicos que vivenciam cotidianamente as questões de exploração da natureza como forma de (re)existência. Mas, também, uma limitação do tipo de relação frequentemente construída com os usuários dessa mídia em especial. Neste sentido, problematiza-se se o tão almejado “engajamento” é mero jargão neoliberal desse tipo de serviço *online* ou se de fato tal mídia é capaz de promover engajamentos que ultrapassem apertar botões e/ou fazer comentários pouco significativos e/ou transformadores de estruturas sociais. Como a Museologia e os museus podem atuar nesse território tão controverso?

A exposição “Pindorama: a natureza não está à venda” foi encerrada simbolicamente em 31 de janeiro de 2021, por meio de 3 publicações que juntas reconstróem a representação imagética da planta (figura 2), a mesma referência utilizada para iniciar a exposição no sítio eletrônico, mais uma vez corroborando a convergência das plataformas. Na primeira publicação, “PIN”, explica-se a escolha do título da exposição; na segunda, “DOR”, convoca-se à continuidade de reflexão e ação autônomas em torno dos verbos/eixos narrativos da exposição, com foco na transformação; e na terceira, “AMA”, avalia-se brevemente a experiência de trocas e aprendizados, fazendo-se menção a Paulo Freire e a importância de esperar. Finalizado o processo de exposição digital que provoca à interação e participação, o visitante/usuário que acessa o Instagram pela primeira vez visualiza essas publicações no Feed (figura 7).

Exposição Curricular em tempos de pandemia e ensino remoto:
a Comunicação Museológica frente aos desafios e potencialidades da Cultura Digital no ensino em Museologia

Figura 7: Interface do Instagram após o encerramento simbólico da exposição.



Fonte: https://www.instagram.com/pindorama_exposicao/

Por último, mas não menos importante, interessante destacar que o protagonismo das mídias sociais, em especial o Instagram, foi tanto no decorrer do processo, que o encerramento simbólico da exposição se deu essencialmente nesta plataforma por meio das publicações citadas e do encerramento da alimentação do perfil.

Considerações finais

As exposições curriculares são marcadas por especificidades que as aproximam e afastam, simultaneamente, de exposições profissionais e institucionais. Tratam-se de espaços e momentos de aprendizado e experimentações que muitas vezes permitem aos discentes desenvolver competências que até então desconheciam ser capazes de realizar, a atuar a partir da convergência e do antagonismo de pontos de vista na interação indivíduo-coletivo saber técnico - saber autorrepresentativo, a refletir e aplicar conhecimentos do Curso e de fora dele, a amadurecer profissional, mas também individualmente. É quando muitos discentes tem a oportunidade de vivenciar na prática o que significa a(o) museóloga(o) como ser político, tal como defendido na Carta de Santiago do Chile, de 1972, referência no campo dos museus e da Museologia.

A exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à venda”, mesmo antes da pandemia e de todos os desdobramentos dela decorrentes, já trazia uma forte veia política em sua proposta, a qual manifestava-se por meio da abordagem do tema e da adoção de metodologia colaborativa para a produção da narrativa. As condições impostas pela pandemia, trazendo como única possibilidade de encaminhamento a exposição digital e o ensino remoto, complexificaram o desafio, mas também abriram novos horizontes. Sobretudo, chamaram atenção para a necessidade e urgência do ensino em Museologia se atualizar diante dos desafios contemporâneos dos museus, os quais definitivamente não são restritos à adoção de tecnologias digitais, e da relação com seus públicos.

Na realidade, a adoção das tecnologias digitais nos museus precisa ser justificada como uma das alternativas para estreitar a relação das instituições com os públicos, sendo superados os deslumbramentos e receios que emergem a partir disso. Diante dessa premissa, é preciso que ocorra pautada em princípios de inclusão, como mais uma forma (e não a única) de aprofundar relações já existentes e criar pontes para que novas aconteçam. Tais relações, no entanto, devem suscitar a capacidade crítica, a experimentação, o empoderamento, a criatividade e não o mero consumo alienante. Neste ponto, faz-se importante notar que o ensino em Museologia precisa estar atento e firme à formação de futuros profissionais que atuem como cientistas sociais aplicados que perspec-tivem sua atuação em prol da inclusão e da participação social.

Referências

- CURY, Marília Xavier. A pesquisa acadêmica de recepção de público em museus no Brasil: estudo preliminar. *Anais do XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação*. João Pessoa, PB: Ancib e UFPB, 2015. v. GT 9. p. 1-20.
- CURY, Marília. *Exposição – concepção, montagem e avaliação*. São Paulo: Annablume, 2005
- CURY, Marília. Metamuseologia – reflexividade sobre a tríade musealia, musealidade e musealização, museus etnográficos e participação indígena. *Museologia & Interdisciplinaridade*. V. 9, n. 17, 2020. p. 129-146
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 2008
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Esperança: reencontro com a Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: paz e Terra, 1992
- LEMONS, André. CIBERCULTURA. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: Lemos, André; Cunha, Paulo (orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Sulina, Porto Alegre, 2003; pp. 11-23. Disponível em: <https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/cibercultura.pdf>
- LESHCHENKO, Anna. Digital Dimensions of the Museum: defining Cybermuseum's Subject of Study. In: MAIRESSE, François; DAVIS, Ann. (Org.). *ICOFOM Study Series 43*. 1 ed. Paris: ICOFOM (ICOM/UNESCO), 2015, v. 1, p. 237-241
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3ª Ed– São Paulo: Editora 34, 2010.
- LIMA, Diana Farjalla Correia. O que se pode designar como Museu Virtual segundo os museus que assim se apresentam... *Anais do Enancib - Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação*. João Pessoa: UFPB, ANCIB. 2009.
- LISBOA, Pablo Fabião. *Museu 4.0: um olhar museológico sobre as práticas museais tecnológicas contemporâneas*. 2019. Tese (Doutorado em Arte e Cultura Visual) – UFG, Goiânia/ GO.
- MAGALDI, Monique B.; BRULON, Bruno; SANCHES, Marcela. Cibermuseologia: as diferentes definições de museus eletrônicos e a sua relação com o virtual. In: MAGALDI, Monique B.; BRIO, Clóvis Carvalho (Org.). *Museus & Museologia: desafios de um campo interdisciplinar*. Brasília: FCIUnB, 2018. p. 135-155.
- MARTI, Frieda; SANTOS, Edméa. Educação museal online: a Educação Museal na/ com a Cibercultura. *Revista Docência e Cibercultura*, v.3, n.2, 2019.

Exposição Curricular em tempos de pandemia e ensino remoto:
a Comunicação Museológica frente aos desafios e potencialidades da Cultura Digital no ensino em Museologia

NUNES, José Luiz da Silva. *Exposição curricular enquanto experiência*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Museologia) – UniRio, Rio de Janeiro, 1999.

PRADO, Renato Silva. Museus nunca foram (tão) digitais. *Revista V!rus*. 2020.

SCHEINER, Tereza. Museologia, hiperculturalidade, hipertextualidade: reflexões sobre o Museu do Século 21. *Revista Museologia & Interdisciplinaridade*. V.9 n.º 17, 2020.

SILVA, Diogo Nobre. “Curti, melhor museu!”: as avaliações dos “viajantes brasileiros” sobre os museus do Brasil no Tripadvisor. 2020. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – UniRio-MAST, Rio de Janeiro.

UNIVERSIDADE DEFERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Anteprojeto de exposição curricular “Quanto vale o progresso? Da exploração à luta”. 2019. Rio de Janeiro

UNIVERSIDADE DEFERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Relatório final da exposição curricular “Pindorama: a natureza não está à venda”. 2021. Rio de Janeiro

UZEDA, Helena. As Exposições Curriculares como parte do ensino de Museologia: adaptação de modelos europeus e as práticas acadêmicas experimentais na UNIRIO. *Revista Museologia & Interdisciplinaridade*. V.9 n.º Especial, 2020.

SITES:

<https://icom.museum/en/news/how-to-reach-and-engage-your-public-remotely/>

<http://expopindorama.com.br/>

<https://www.facebook.com/pindoramaexposicao>

https://www.instagram.com/pindorama_exposicao/