

Museus no Ciberespaço: as Redes Sociais como nova dinâmica do Público Digital

Museums in Cyberspace: social networks as a new dynamic for the digital public

195

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

Helena Cunha de Uzeda¹Lorhana Serpa Ribeiro Ferreira²Paulo Cesar Ribeiro da Silva Junior³

DOI 10.26512/museologia.v10iEspecial.37506

Resumo

A contemporaneidade, profundamente marcada pela penetração das TICs, esforça-se para compreender de que forma a Cibercultura conseguirá aglutinar atividades, interações e manifestações dentro de um território individualizado e globalizado, mas desterritorializado. As TICs tornaram-se essenciais na vida de grande parte dos indivíduos, tornando-se, praticamente, sua “segunda natureza”, com a rápida popularização e portabilidade, ampliando exponencialmente a comunicação em rede global. O artigo traz uma reflexão sobre resultados obtidos a partir de pesquisa para verificar as interações e compartilhamentos realizados entre o Facebook do Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, e seu público virtual, antes e depois do fechamento da instituição em consequência da pandemia Covid-19. São levantadas questões sobre os caminhos dos museus no século XXI e como poderão equilibrar-se entre tradições e tecnologias digitais, entre materialidades e virtualidades – questões que permanecem abertas, sem horizontes definidos, diante do turbilhão digital que desafia parâmetros e percepções da sociedade global.

Palavras-chave

Museus no ciberespaço. Redes sociais de museus. Público virtual

Abstract

Contemporaneity, deeply marked by the penetration of ICTs, strives to understand how Cyberculture will be able to combine activities, interactions and manifestations within an individualized and globalized but also “deterritorialized” territory. ICTs have become essential in the lives of most individuals, becoming practically their “second nature”, with speedy popularity and portability, exponentially expanding global network communication. The present study focuses on the results obtained from research to describe the interactions and shares found in the Museum of Tomorrow Facebook page, in Rio de Janeiro, and its virtual audience, before and after the closing of the institution as a result of the Covid-19 pandemic. Some issues are addressed about the paths of museums in the 21st century and how they can balance between traditions and digital technologies, between materialities and virtualities. These issues remain unclear, without defined horizons, in the face of the digital turmoil that challenges parameters and perceptions of global society.

Keywords

Museums in cyberspace. Museum social networks. Virtual audience,

1 Museóloga pela Escola de Museologia da UNIRIO (1996); Mestre em História e Crítica da Arte, PPGAV/ EBA-UFRJ (2000); Doutora em Artes Visuais, PPGAV /EBA-UFRJ (2006); professora da Escola de Museologia UNIRIO; docente permanente e coordenadora do curso de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (UNIRIO-MAST), coordenadora do Laboratório do Desenvolvimento de Exposições (LADEX) da Escola de Museologia da UNIRIO e do Projeto de Pesquisa “Design de Exposições”, que conta com financiamento da FAPERJ. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6847-1533>.

2 Bacharel pela Escola de Museologia pela UNIRIO (2021), colaboradora do Projeto de Pesquisa “Design de Exposições” entre 2019 e 2021. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3821-1877>.

3 Graduando da Escola de Museologia, bolsista de Iniciação Científica da UNIRIO no Projeto de Pesquisa “Design de Exposições” entre 2018 e 2021. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1930-4800>.

Museus no ciberespaço: as redes sociais como nova dinâmica do público digital

Tudo quanto penso, tudo quanto sou
É um deserto imenso, onde nem eu estou
(Fernando Pessoa)

196

A sociedade entrou no século 21 trazendo na bagagem muitos questionamentos sobre a abrangência e os caminhos que o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) iriam tomar. Assim como um remédio amargo, as TICs foram experimentadas a contragosto por alguns e com reconhecimento entusiasmado por outros, ainda que uma parte tenha se recusado a aceitá-las, questionado se as novas tecnologias digitais seriam uma verdadeira solução ou apenas um “placebo” – um artifício que não teria efeito real, tampouco causaria grandes alterações nas estruturas sociais. Duas décadas depois, “aqui estamos nós: uma cultura hipertecnológica e cinicamente pós-moderna, aparentemente atraída como um bando de mariposas em direção às chamas da mente pré-moderna” (DAVIS, 2015: xviii, tradução nossa⁴), como coloca o autor em sua obra *TechGnosis*, destacando o impulso religioso que subjazia nas mentalidades enquanto o mundo se dirigia para o novo milênio. A contemporaneidade já está profundamente marcada pela penetração acelerada das TICs em praticamente todas as áreas e atividades sociais. O rótulo de “sociedade da informação” ou “sociedade em rede” parece que será mesmo o que melhor definirá no futuro essas primeiras décadas do século 21, tamanha a abrangência das transformações, que se enquadram mais como uma verdadeira “revolução” que simplesmente como uma esperada “evolução.” (UZELAC, 2008). Com tudo e todos sendo sugados para dentro desse vórtice digital cada vez mais acelerado – que fragmenta, processa e dissemina informações, ações e relações – torna-se necessário reavaliar sistematicamente conceitos sobre essa rede de conectividade, individual e global, que vem remodelando os convencionais meios de comunicação.

O fechamento de um milênio costuma provocar certa ansiedade diante do que Van Gennep definiu como “limiaridade”, sentimento típico dos ritos de passagem que atuam no imaginário coletivo como uma zona de fronteira – um limite entre o já vivenciado e conhecido e um porvir ignorado – que, como num palimpsesto alisado, pode receber quaisquer novos registros e ideias. Esses umbrais de tempos novos tornam-se mais significativos e intensos quando se trata de passagens de milênios – datas raras, havendo apenas dois desses momentos dentro da contagem histórica de nossa Era. A ameaça de transpassar essa ombreira temporal já foi motivo de profundas reflexões, como na obra “L’An Mil” de Henri Focillon:

Na vida dos povos, bem como na dos indivíduos, há momentos de tomada de consciência e esclarecimento, períodos de paroxismo e de alta frequência. Há também datas que podem ser consideradas como linhas divisórias e nas quais, de certo modo, vê-se dobrar o tempo. (1966:13).

Alimentada pela doutrina apocalíptica cristã e pela visão de destino coletivo, essa “dobra do tempo”, mesmo sendo mais imaginária que real, costuma desencadear certo temor de índole premonitória, que extrapola os desígnios religiosos. Atuando diretamente na consciência coletiva – na qual “o

4 So here we are: a hypertechnological and cynically postmodern culture seemingly drawn like passel of moths toward the guttering flames of the premodern mind.

conjunto das crenças e dos sentimentos comuns à média dos membros de uma mesma sociedade forma um sistema determinado que tem vida própria” (DURKHEIM 2010: 50) – a proximidade de passagem para o segundo milênio insufla-se das mesmas ansiedades e desassossegos do medievo. Essa inquietação ante o desconhecido manifesta-se tanto na consciência coletiva quanto, de forma mais profunda, no inconsciente coletivo, comportamento que Carl Jung⁵ considerava “não ser de natureza individual, mas universal [...] são idênticos em todos os seres humanos, constituindo, portanto, um substrato psíquico comum de natureza psíquica suprapessoal que existe em cada indivíduo” (2002: 15). O peso do valor simbólico atribuído pelo senso comum às enumerações “redondas” reconheceram o ano 2000 como o início do milênio, o qual – considerando as normas internacionais⁶ – só começaria, de fato, em 2001. Entretanto, o alinhamento dos três zeros parece funcionar no imaginário como uma data mágica de fechamento de Era, e assim – mesmo apartada em mil anos da visão escatológica do obscurantismo medieval da virada para o ano 1000 –, a entrada para o ano 2000 cercou-se dos mesmos temores e presságios, comuns aos “ritos de passagem” em seu sentido de liminaridade (GENNEP, 2012), significando um período intermediário de ambiguidade e crise – um interregno significativo que precipita reflexões sobre aspectos cruciais da sociedade. Mesmo imbuídas da mesma sensação aflitiva, as inquietações com a entrada num novo milênio substituíram as previsões de fundo religioso por uma inédita fundamentação tecnológica, “profetizando” o colapso simultâneo de todos os sistemas informatizados do mundo. Um “bug” – termo que na informática se refere às temidas e imprevisíveis falhas de execução de softwares ou hardwares – poderia ocorrer na virada do milênio, ocasionando – por um erro de lógica na leitura dos dois zeros finais da data – uma verdadeira catástrofe tecnológica nos sistemas informatizados de empresas, indústrias, aeroportos, bancos, hospitais, usinas nucleares etc. Enfim, tudo o que dependesse de processamento de dados estaria à beira de um “apocalipse digital”, que ficou conhecido como “bug do milênio.”⁷ Mesmo não tendo se confirmado tal previsão cataclísmica, o episódio antecipava uma constatação: o protagonismo da TICs em praticamente todas as áreas do século 21.

As práticas tentaculares de utilização de ferramentas digitais têm penetrado em praticamente todas as áreas, das mais avançadas às mais corriqueiras, repetindo o fenômeno ocorrido com a chegada da eletricidade que, depois das desconfianças e resistências iniciais, seria integrada a todos os processos e atividades de forma universalizada. De modo semelhante, as redes digitais vêm demonstrando a mesma capacidade transfiguradora de hábitos, colocando-se como catalisadoras de novas possibilidades e se integrando como parte indissociável da própria cultura, como explica o sociólogo espanhol Manuel Castells.

5 O psiquiatra suíço Carl Gustav Jung (1875-1961), fundador da psicologia analítica, desenvolveu os conceitos de personalidade extrovertida e introvertida, arquétipo e inconsciente coletivo, influentes na área da psiquiatria, psicologia, literatura, ciência da religião e áreas afins.

6 A ISO 8601, normatiza internacionalmente a representação das datas e dos horários – Organização Internacional para Padronização (International Organization for Standardization, ISO), com base em Genebra, Suíça.

7 Todas as datas anuais haviam sido codificadas nos sistemas pela representação apenas dos dois últimos dígitos de cada ano, com o objetivo de economizar armazenamento e memória, pressupondo que as dezenas iniciais seriam sempre entendidas como sendo “19”. A questão era a possibilidade de na passagem para 2000 os sistemas identificarem os “00” como sendo o ano de 1900 e não o de 2000. O temor do Bug do Milênio teve grande cobertura da mídia, havendo previsões de que isso poderia ser a destruição da “civilização moderna”, levando a uma corrida por estocagem de alimentos em alguns países por medo de um colapso geral.

Museus no Ciberespaço:
as Redes Sociais como nova dinâmica do Público Digital

A cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 2002: 414).

Entretanto, toda a base científica que foi sendo estruturada a partir da modernidade, em busca da construção de um conhecimento baseado apenas na Razão, parece não ter conseguido suplantar na pós-modernidade a força do pensamento mágico que subsiste na cultura contemporânea. Erik Davis (2015), em *TechGnosis*, trata deste misticismo ainda presente na Era da Informação, que mantém impulsos anímicos alimentadores do que William Stahl chamou de “misticismo tecnológico” (1999: 13), uma fé quase religiosa na tecnologia como única capaz de unir divergências em torno de um sistema que responderia a todas as angústias humanas.

A passagem de uma comunicação realizada pelos antigos meios tradicionais para o sistema digital foi um processo longo, que se fundamentava na necessidade atemporal de interlocução entre os indivíduos, cuja trajetória histórica foi classificada por etapas por Lúcia Santaella como: cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital. Tal segmentação leva em conta os meios de comunicação como simples canais de transmissão de informação, lembrando a autora que não se deve pensar nas transformações culturais como causa direta da chegada das novas tecnologias.

[...] não devemos cair no equívoco de julgar que as transformações culturais são devidas apenas ao advento de novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura. São, isto sim, os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagens e processos de comunicação que neles se engendram os verdadeiros responsáveis não só por moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também por propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais. (SANTAELLA, 2003: 24).

A relação entre o ser humano e a tecnologia nunca chegou a tamanha interdependência, sendo a essencialidade das TICs na vida de grande parte dos indivíduos se tornado praticamente uma “segunda natureza”. A rápida popularização e portabilidade de acesso às redes ampliou de modo exponencial a obtenção da informação, sua transmissão, assim como a possibilidade de interlocução de todos em rede global. Segundo a União Internacional de Telecomunicações (UIT), pela primeira vez, desde o surgimento da Internet⁸ há cerca de 50 anos, a quantidade mundial de pessoas com acesso à Rede superou o número daquelas que ainda não a têm. Tudo leva a crer que não estamos mais em condições de analisar se será positivo ou não embarcar nessa aventura virtual abrangente, considerando que metade da humanidade já zarpou e navega veloz e digitalmente para um destino ainda não muito definido. E se, no final da década de 1990, Lévy dizia ser impossível prever as transformações e mutações que o ambiente digital causaria na sociedade após o ano 2000, no momento atual, 20 anos milênio adentro, ainda parece difícil discernir sobre as reais consequên-

8 A tecnologia digital permitiu aglutinar todos os tipos de mensagens – sons, imagens e dados – criando uma rede capaz de estabelecer comunicação sem que seja preciso passar por centro de controles (CASTELLS, 2002: 82). A primeira rede de computadores foi criada na década de 1960 como um instrumento de Defesa dos EUA, sendo depois privatizada. A partir da década de 90, ocorreria o “boom da internet”, com sua popularização ao redor do mundo e o surgimento de navegadores, como Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome e, conseqüentemente, o aumento de seus usuários, que somam, atualmente, cerca de 4 bilhões de pessoas, correspondendo a cerca de 54% da população mundial. (AGÊNCIA EFE, 2018).

cias da passagem da modernidade industrial à contemporaneidade cibernética, assim como calcular a projeção da propagação exponencial de suas ondas pelo ciberespaço. A cultura digital, para além de representar um “mundo novo” – por vezes visto como “desumanizado” e “automatizado” – ainda se mostra presa a antigas estruturas simbólicas místicas.

Ainda na virada do milênio, Castells, já pressagiava o protagonismo de uma sociedade em rede, identificando “o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial que está mudando e mudará para sempre nossa cultura” (2002: 414). E essa parece ser uma questão central, compreender de que forma a Cibercultura conseguirá aglutinar diferentes atividades, interações e manifestações, com todas as especificidades que lhe conferem identidade dentro de um território interligado e globalizado. Pierre Levy, defendia, ainda em 1997, que o valor da cibercultura repousava, exatamente, em sua universalidade.

O universal da cibercultura não possui nem centro nem linha diretriz. É vazio, sem conteúdo particular. Ou antes, ele os aceita a todos, pois se contenta em colocar em contato um ponto qualquer com qualquer outro, seja qual for a carga semântica das entidades relacionadas [...] Não quero dar a entender, com isso, que universalidade do ciberespaço é “neutra” ou sem consequências, visto que o próprio fato do processo de interconexão já tem, e terá ainda mais no futuro, imensas repercussões na atividade econômica, política e cultural. (LÉVY, 2014: 113).

As fortes interferências dessa interconexão global nos campos econômico e político estão sendo confirmadas 25 anos depois do vaticínio de Lévy, com as interrelações virtuais tornando-se o meio preponderante na comunicação entre os governos de países – em clara competição com as estruturas convencionais das conexões econômicas, diplomáticas e políticas –, influenciando, inclusive, nos resultados de eleições de governos ao redor do globo. Atualmente, batalhas políticas estão sendo travadas no campo desterritorializado e indefinido da esfera digital, “capaz de gerar manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem, contudo, estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular.” (LÉVY, 2014: 49). Além da utilização de referências geográficas, confirmadas pelo uso dos termos “sítio”, “território” e “domínio” – em correlação simbólica às conquistas territoriais – lança-se mão ainda de analogias marítimas para esse novo habitat, descrito por Lévy como “oceano” ou “dilúvio” de informações, numa alusão à catástrofe de proporções bíblicas – “o dilúvio informacional jamais cessará [...]. O segundo dilúvio não terá fim. Não há nenhum fundo sólido sob o oceano das informações. Devemos aceitá-lo como nova condição. Temos que ensinar nossos filhos a nadar, a flutuar, talvez navegar.” (LÉVY, 2014: 15). Nessa previsão, talvez o único engano seja o fato de que estão sendo os filhos que, por maior familiaridade com as mídias, colocam-se como instrutores dos pais, guiando-os nos caminhos desse novo território.

O ambiente digital está sujeito aos mesmos acertos e equívocos enfrentados no cotidiano da realidade presencial, fazendo parte dos mesmos jogos de poder, estando suscetível a invasões, piratarias, espionagens e ameaças. No entanto, ele colabora com a integração e mobilização de forças positivas da sociedade em busca de soluções para problemas comuns, sendo impossível separar atualmente as TICs da sociedade e da cultura.

É impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio das quais ele atribui sentido à vida e ao mundo. Da mesma forma, não podemos separar o mundo material [...] das ideias das quais os objetos técnicos são concebidos e utilizados, nem dos humanos que os inventam, produzem e utilizam. (LÉVY, 2014: 22).

Ao analisar as sugestões colocadas pela Mesa de Santiago do Chile de 1972 para a gestão dos museus, as orientações sobre as adaptações às mudanças sociais econômicas e culturais da sociedade latino-americana – mesmo não imaginando as grandes transformações que estariam por vir com a disseminação das tecnologias digitais – já aconselhava medidas que pudessem modernizar a comunicação entre o objeto e o visitante, afirmando ser “necessário abrir os museus às disciplinas que não estão incluídas no seu âmbito de competência tradicional.” (NASCIMENTO et al. 2012: 201). A essa preocupação de equiparação das nações da América Latina ao desenvolvimento tecnológico mundial, se seguiria, na década seguinte, a Declaração de Quebec em 1984, instando a museologia a “integrar todos os meios de desenvolvimento, estender suas atribuições e funções tradicionais”, (PRIMO, 1999: 223) no sentido de agregar o público em suas ações, utilizando-se “cada vez mais da interdisciplinariedade, de métodos contemporâneos de comunicação comuns ao conjunto da ação cultural e igualmente dos meios de gestão moderna que integram os seus usuários.” (PRIMO, 1999: 223). Esses documentos testemunham a mudança de foco dos museus, redirecionando a atenção institucional da conservação e exposição das coleções de modo mais direto para a experiência dos visitantes – que passavam a representar o principal interesse institucional: “o coração do museu moderno é o visitante. Logicamente, então, a primeira questão que todo o museu deseja responder é como atrair melhor o público.” (FALK, 2009: 185, tradução nossa⁹).

Nessas últimas décadas, os museus, como as demais instituições, foram absorvendo as TICs de forma progressiva, ainda que desigual, em função da grande variedade regional, política e econômica, assim como de especificidades administrativas e financeiras. Além disso, deve ser considerada a dificuldade que representava utilizar as ferramentas digitais no período inicial de seu desenvolvimento, quando eram exigidos especialistas treinados e raros no mercado. A utilização dos recursos digitais pelos museus começou como auxílio de atividades internas administrativas, entre as quais destacava-se a digitalização de acervos – um grande avanço para a gestão, facilitando os registros e a recuperação segura de informações, incluindo imagens digitais das coleções. Logo, entretanto, as TICs passariam a penetrar em quase todas as atividades internas dos museus – passando da parte administrativa, aos dispositivos de segurança patrimonial, ao controle ambiental, até conquistarem de forma triunfal as galerias das exposições. Cada vez mais, as coleções passariam a dividir espaço com totens de orientação espacial, de informação sobre acervos ou de comunicação interativa com o público. Monitores digitais com vídeos informativos já são familiares como parte da narrativa ou mesmo consistindo eles próprios em acervo, expostos em instalações de arte digital.

Esses aportes tecnológicos, em princípio inseridos dentro dos domínios físicos, iriam expandir-se para fora dos muros institucionais com a expansão das redes Wi-Fi, a popularização dos smartphones e do acesso por meio destes à Internet, incluindo as mídias sociais – fatores determinantes para o imenso cres-

9 The heart of modern museum is its visitors. Logically then, the first questions every museum wants to ask is how can we best attract audiences?

cimento de conexão das pessoas à rede a partir da última década. Os museus passaram a aderir ao poder dessa mídia tecida em rede de forma compulsória, com o público passando a fazer parte do processo de comunicação e divulgação institucional de modo autônomo, para além das diretrizes e orientações comunicacionais internas.

Mesmo o mais “enfadonho” dos museus não está imune. Quer os museus estejam ou não adotando ativamente o Flickr, Wikipedia, YouTube, Facebook, Twitter, e o restante, são seus visitantes. As pessoas compartilham suas próprias fotos, vídeos e links sobre e para museus ao redor do mundo através de plataformas que não estão sob o controle do museu (PROCTOR, 2010: 35, tradução nossa¹⁰).

O crescimento rápido e a democratização dessas ferramentas pessoais de grande portabilidade teriam consequências relevantes nos hábitos cotidianos, como, por exemplo, uma queda progressiva da quantidade de linhas fixas de telefones convencionais, sinalizando a possibilidade de desaparecimento destes no processo de comunicação em futuro próximo. Tal fato confirma a preocupação de Castells sobre uma provável desvitalização das expressões culturais no ambiente de comunicação digitalizado, já que este “enfraquece de maneira considerável o poder simbólico dos emissores tradicionais fora do sistema.” (200: 461). Para o autor, hábitos sociais codificados historicamente – entre os quais a “autoridade” e “valores tradicionais” – serão debilitados em sua força, a menos que se recodifiquem para essa nova realidade. Considerando que os museus se enquadram nos requisitos que os configuram como hábitos sociais, estariam eles ameaçados em sua essência ao entrarem nessa arena competitiva de comunicação? Algumas instituições museais já se encontram em processo de recodificação de seus processos de interlocução com o público contemporâneo, incorporando práticas do universo digital como forma de resiliência atualizadora, entre as quais o uso das mídias sociais como instrumento de comunicação direta com o público virtual.

Interferindo no curso tradicional de comunicação institucional, as mídias sociais vêm diluindo os limites entre os agentes oficiais dos museus – curadores, designers, museólogos, educadores, comunicadores – e o público, cada vez mais diversificado e conectado, que passa a criar demandas próprias, influenciando e direcionando as tomadas de decisões institucionais. Muito além da oportunidade de visitar o site oficial do museu – ter acesso às coleções digitalizadas, participar de ações interativas, assistir vídeos sobre o museu e seus acervos – esse novo visitante virtual atua compartilhando suas expectativas e oferecendo sugestões. Se anteriormente, os departamentos de comunicação dos museus visavam atrair e fidelizar visitantes presenciais, com aporte das redes sociais, começa a ocorrer uma troca mais intensa e direta com o público, permitindo uma construção cooperativa entre as comunidades institucional, presencial e virtual. Para Gonzalez, “especialistas acreditam que compartilhar os processos internos do museu com o público é a força motriz por trás do engajamento público online.” (2017, tradução nossa¹¹).

10 Even the “stodgiest” of museums is not immune. Whether or not museums are actively embracing Flickr, Wikipedia, YouTube, Facebook, Twitter, and the rest, their visitors are. People share their own photos, videos, and links about and to museums around the world through platforms that are not in the museum’s control.

11 Many experts believe that sharing internal museum processes with the public is the driving force behind online public engagement.

Museus no Ciberespaço:
as Redes Sociais como nova dinâmica do Público Digital

A sensação de que as redes interconectadas estão fora de controle resulta da fluidez das fronteiras da rede global e da imprecisão das identidades desse público virtual deslocalizado, distante geograficamente do museu, mas com força e potência, dentro de sua virtualidade, para interferir na autoridade institucional e mesmo direcionar sua futuridade. Assim, ao feedback do público – retorno dos visitantes presenciais em relação à instituição, suas coleções e exposições – contrapõe-se o *feedforward*, que consiste no direcionamento de esforços para responder a demandas que o público deverá desenvolver a médio e longo prazos. Isso é importante em qualquer relação de troca, trabalhando não apenas a partir de aferições passadas, mas tentando antever necessidades latentes que ainda estão sendo gestadas.

As presenças coletivizadas e individualizadas desse público incógnito, oculto atrás de computadores e smartphones, é uma existência real, “constitui-se, então, um corpo coletivo, mundializado pelas redes digitais do planeta, abandona-se o chão e seus pontos de apoio, desliza-se nas interfaces, seres anônimos e invisíveis são desterritorializados.” (LÉVY, 1996: 113). Por meio de laptops e celulares pessoais, imagens e textos são digitalizados, reformatados, alterados, propagando-se em rede coletivamente – uma massa de informações que se dispersa a partir de uma dinâmica própria, sem origem claramente definida, mas que reflete e influencia o pensamento coletivo, compartilhando um real ainda em processo de elaboração. Lévy ao afirmar que “surgem novos espaços e velocidades, que se metamorfoseiam e se bifurcam a nossos pés, forçando-nos à heterogênese. Assim, tempos e lugares se misturam, não há limites” (1996: 37), permite imaginar a virtualidade dos museus reais, cujas coleções descontextualizadas compartilham dessemelhanças e extemporalidades, interconectando-se dentro de um sentido próprio que estimula transposições mentais no espaço-tempo em seus visitantes, que deambulam por um território e entre objetos, simultaneamente, reais e virtuais.

Argumentações sobre a vinculação e coexistência entre realidade e virtualidade já fazem parte há algum tempo de debates no campo da filosofia e no encadeamento entre passado e presente a partir dos processos associativos entre percepção e memória (BERGSON, 1957) – esta apreendida apenas no âmbito das sensações e emoções, que dão sentido ao real, seja no plano do individual ou do coletivo. As questões sobre o lugar dos museus e da museologia nessa nova sociedade digital, como coloca Scheiner, parece que não poderão ser respondidas a curto prazo:

[...] qual o papel da Museologia, hoje? Como se inserem os museus, nesta sociedade virtualizada e cada vez mais dependente das interações maquímicas, mediadas pelas redes sociais? É possível, ainda, pensar Museu e Patrimônio – ou tais conceitos fazem parte de um ambiente sociocultural que já não se coaduna com as dinâmicas da hiperculturalidade? (SCHEINER, 2020: 50).

Esse questionamento que já começava a fazer parte das reflexões dos teóricos do campo foi potencializado pela chegada da pandemia Covid-19 e o decorrente fechamento dos museus ao redor do mundo. Ainda que seja difícil imaginar que depois da remissão da pandemia os museus venham desestruturar sua comunicação baseada na materialidade de seus acervos e na presença física de seus visitantes, também não parece crível que as interações pelas redes sociais nas plataformas dos museus e a realização de exposições virtuais venham desaparecer depois desse longo período de afastamento social. Mas será que

essa interação com o público do ciberespaço permanecerá com a mesma força, aprofundando a incorporação das práticas de relação com os visitantes virtuais depois da reabertura dos museus? Ou voltaremos todos ao “antigo normal”?

As redes sociais visitam o museu: a ascensão do público virtual

A frequência no ambiente virtual dos museus de um público eventual já fazia parte da rotina institucional, sendo um hábito comum acessar sites institucionais em busca de informações sobre horários de funcionamento, exposições temporárias, atividades disponíveis e outros dados úteis, antes da visita. O fechamento em março de 2020 dos museus pelo Brasil e ao redor do mundo, entretanto, alterou o caráter esporádico desses acessos digitais, como pôde ser identificado no Projeto de Pesquisa¹² desenvolvido pela autora com a colaboração de bolsistas da graduação de Museologia. O projeto, vendo-se obrigado, em função da pandemia, a reestruturar sua pesquisa – prevista, inicialmente, para ser realizada de modo presencial sobre a percepção do público nas exposições de museus – teve como opção continuar os trabalhos de forma remota. Decidiu-se, então, investigar a forma pela qual o Museu do Amanhã – localizado na Praça Mauá, no centro da cidade do Rio de Janeiro – estaria dando continuidade à comunicação com seu público após seu fechamento durante a pandemia. A escolha da instituição deu-se em função do forte apelo desfrutado pelo museu junto ao público, resultado da grande visibilidade conseguida tanto por sua arquitetura arrojada quanto por sua ampla divulgação como equipamento cultural durante as Olimpíadas de 2016. Agregava-se a isso, a missão institucional de discutir futuros possíveis – antagonizando o senso comum distorcido de que museus tem como função apenas conservar passados – e cuja narrativa tenta perscrutar de que forma poderíamos moldar os próximos 50 anos. Diante disso e do fato de a instituição vir apresentando desde sua inauguração um grande volume de visitantes¹³, o projeto considerou que seria interessante acompanhar o processo de comunicação estabelecido entre a página do Facebook do Museu e o público virtual. Considerando que com o fechamento dos museus a partir do mês de março, as redes sociais tornaram-se muito ativas como canal preferencial de relação entre a instituição e o público, os bolsistas do projeto, por meio da observação do perfil oferecido na plataforma, verificaram a frequência e o engajamento dos visitantes virtuais aos conteúdos oferecidos pelo Facebook da instituição. A ideia era comparar a interação dos visitantes por esta rede social, analisando-se o engajamento médio dos comentários, compartilhamentos e rea-

12 O projeto de Pesquisa Design de Exposições foi contemplado com auxílio financeira da FAPERJ, estando vinculado à disciplina Museologia e Comunicação IV do Curso de Museologia da UNIRIO, sendo registrado no Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPG-PMUS/UNIRIO), sob coordenação da autora e a colaboração dos discentes bolsistas da graduação em Museologia Lorhana Serpa Ribeiro Ferreira e Paulo César Ribeiro da Silva Jr.

13 O Museu do Amanhã inaugurou com recordes de visita, recebendo em seu primeiro fim de semana após a abertura cerca de 25 mil visitantes. Aproveitando o espaço de um antigo píer da Praça Mauá, com uma arquitetura contemporânea e a proposta de ser autossustentável, o Museu tornou-se um símbolo da atividade cultural carioca. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/12/dilma-participa-da-inauguracao-do-museu-do-amanha-no-rio.html>. Acesso em 21 jan. 2021.

Museus no Ciberespaço:

as Redes Sociais como nova dinâmica do Público Digital

ções¹⁴, considerando as postagens realizadas durante dois meses específicos¹⁵ – julho de 2019 e julho de 2020, antes e depois do fechamento da instituição pela pandemia. Assim, seria estabelecida uma comparação na frequência e qualidade dos acessos nesses dois momentos, observando-se, ainda, possíveis adaptações realizadas nos conteúdos oferecidos pela plataforma do Museu do Amanhã ao público em função de seu fechamento.

As considerações sobre os dados coletados demonstraram que em julho de 2019, com o museu em pleno funcionamento, a plataforma do Facebook da instituição apresentava um caráter fortemente informativo, típico de apoio à pré-visualização, informando de modo unilateral sobre as atividades que iriam ocorrer sob a forma presencial, ainda que já houvesse alguns esporádicos eventos virtuais. Como pode ser visto na Figura 1, a utilização do Facebook institucional ocupou 52% de suas postagens com a realização de convites para eventos presenciais. Já em julho de 2020, quatro meses após o fechamento pela pandemia, a comunicação do museu passou a assumir um caráter mais dialógico, tendo ocorrido uma reconfiguração no modelo das postagens institucionais, que passaram a disponibilizar conteúdos temáticos e a realizar apresentações e atividades online, mostrando maior engajamento e inter-relação com os cibervisitantes.

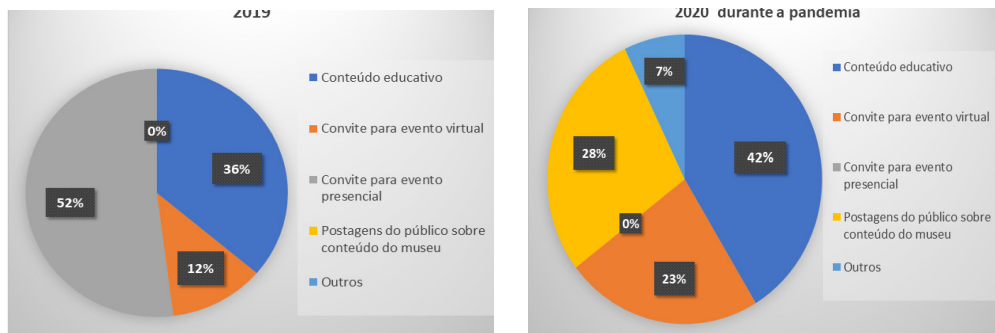
Como seria esperado, o período de pandemia impulsionou uma utilização mais abrangente das ferramentas digitais, que vinham sendo usadas, basicamente, como emissoras informações sobre as atividades internas presenciais. Passa a ocorrer maior integração entre o museu físico, geograficamente instalado, e seu espaço institucional digital, ampliando a conexão com parte do público mais familiarizada com as tecnologias digitais. Algumas atividades foram transferidas do âmbito presencial para as redes sociais, o que pôde ser constatado no Facebook da instituição, foco de nossa observação, que contava, então, com 202.955 seguidores. O museu disponibilizou vídeos seguindo sua linha temática, organizou lives – com palestras, rodas de conversa, clubes de leitura – e realizou tours virtuais por sua exposição presencial. Deslocavam-se a materialidade do museu e a experiência física dos visitantes do plano real para o ciberespaço, numa tentativa de cumprir a missão institucional e de manter sua imagem simbólica.

Nos gráficos que aparecem a seguir tem-se uma ideia da ampliação dessa interação virtual entre o público e o Museu do Amanhã durante os dois períodos analisados – julho de 2019 e julho de 2020. Os dados coletados mostram que o retorno (feedback) – postagens do público sobre o conteúdo disponibilizado pelo museu –, inexistente em julho de 2019, torna-se muito significativo (28%) em julho de 2020. Percebe-se que o Facebook do museu funcionava, em 2019, mais como um braço de divulgação institucional do que, propriamente, como ferramenta de interação e diálogo direto com seu público. O aumento do conteúdo educativo de 36%, em plena atividade presencial do museu, para 42%, num mês em que a instituição permaneceu fechada ao público, demonstra que as atividades educativas não apenas migraram para a virtualidade, como se ampliaram, encontrando terreno fértil dentro do ciberespaço.

14 O termo “reação” se refere às ações dos visitantes no ambiente virtual – expressadas, por meio de um botão interativo existente no Facebook – sobre qualquer conteúdo na plataforma, caracterizadas por “emojis” – ideogramas que correspondem a: curtir (gostei); amei; haha (risada); uau (surpresa); tristeza; e grr (raiva).

15 Os meses de julho foram escolhidos por corresponderem ao período de férias escolares, que naturalmente aumenta a visitação dos museus, sendo que em julho de 2020, quatro meses depois do fechamento, já teria decorrido tempo suficiente para que a instituição tentasse se adequar à nova situação e reestruturasse seu processo de comunicação com o público impedido de realizar visitas.

Figura 1 – Gráficos mostrando a atuação do público no Facebook do Museu do Amanhã em julho de 2019 (à esquerda) e julho de 2020 (à direita)



Fonte: elaboração dos autores.

A pesquisa não pôde ser feita com maior profundidade em função das limitações impostas pelo período de afastamento social, mas ajudou a identificar algumas adaptações realizadas pela instituição, que mostrou agilidade e resiliência diante da situação inusitada de uma pandemia global, conseguindo manter um contato digital com boa participação de seu público virtual. Como colocou Scheiner:

[...] a contingência da pandemia vem também mostrando a agilidade de inúmeros museus em rearticular sua presença no meio digital, deixando em segundo plano (ainda que em caráter temporário) a materialidade, para disponibilizar seus acervos sob a forma de “viagens” visualizáveis nas mídias sociais. (SCHEINER, 2020: 54-55).

Há que se reconhecer que o Museu do Amanhã conta com um número razoável de funcionários e equipamentos de ponta, o que difere da situação da grande maioria dos museus brasileiros, que não dispõe de estrutura tecnológica, tampouco de pessoal especializado e com disponibilidade para se dedicar ao acompanhamento de redes sociais institucionais diuturnamente.

Em setembro de 2020, o Museu do Amanhã seria reaberto ao público, ainda que obedecendo a certas limitações em relação ao número de visitantes e a exigência de distanciamento entre eles. A pesquisa decidiu, então, realizar novo levantamento da utilização do Facebook do museu após o período de reabertura de suas atividades presenciais, quando pôde ser verificada uma diminuição da utilização das redes sociais institucionais. Essa constatação necessita, entretanto, uma análise mais aprofundada, em função do pouco tempo avaliado e da complexidade do momento.

Não se pode ter certeza, entretanto, do que ocorrerá após a pandemia ser completamente controlada – continuaremos a frequentar os ambientes digitais com a mesma frequência de antes? O trabalho em home-office irá se institucionalizar parcialmente? Será ampliada a visita virtual das exposições dos museus e de seus acervos on-line? Poder-se-ia, num impulso, dizer que é quase certo que não. Afinal, todos parecem ansiosos para voltar às experiências presenciais, a sentir as dores, os odores e os temores de transitar em espaços reais, rodeados por corpos vivos e pela materialidade de objetos tridimensionais, que motivam reações mais intensas e sensórias. É notório que o universo digital está avançando rapidamente sobre os mais diferentes campos, embaralhando as definições de realidade e virtualidade, mas alguns pensadores, como Luis Queiroz, autor de “Capital Digital”, acreditam que, apesar das evidências, o futuro da humanidade deverá ser cada vez mais analógico, buscando captar todas as nuances e inflexões não alcançadas pela esfera digital com seus algoritmos, bits e bytes.

[...] se você pensa em dar uma nota “analógica” para algo, digamos de 0 a 10, você pode pensar em todo e qualquer número no intervalo: 0, 1, 5, mas também 8,34768547, π , 1/3, ou qualquer outro número racional ou irracional. No entanto, a mesma avaliação se fosse “digital” poderia incluir apenas 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10, ou seja, números inteiros. Um gráfico “analógico” é desenhado por curvas, enquanto um “digital” (por) pontos e retas (QUEIROZ, 2020).

Uma compreensão mais profunda sobre a inter-relação desses universos tão díspares, mas cada vez mais entrelaçados ainda está em processo, mas seria possível que o mundo digital venha se sobrepor ao mundo real? Para Weissberg, “o virtual não substitui o real, ele ajuda a lhe dar sentido” (1993: 121), sendo preciso buscar uma razão mais profunda e sensível para a existência digital, o que talvez possa ser alcançado negociando-se um equilíbrio entre o virtual e o analógico – conceito que consiste na relação de semelhança entre coisas e ações distintas –, interpretando virtual e real não a partir de seus antagonismos, mas de suas conformidades.

Os museus, como espaços localizados e institucionalizados vêm, já há algum tempo, exercendo uma função definida no mundo real, seja através da materialidade de suas coleções, da imaterialidade simbólica de manifestações e ideias – que não prescindem do aporte da dimensão do real –, ou, ainda, em sua forma expandida, englobando territórios e meio ambiente, como museus comunitários ou mesmo dentro da noção de museu integral (SCHEINER, 2020: 51). Localizados no limiar de grandes transformações, que demandam escolhas e tomadas de decisão tão céleres quanto complexas, e diante de um futuro tão iminente quanto indeterminado, os museus, certamente, resistirão, corroborando a afirmação de Giddens: “as instituições por definição são as características mais duradouras da vida social.” (1984: 31). Mas a forma que os museus assumirão dependerá diretamente das conformações que se estruturarão dentro dessa sociedade global, altamente conectada.

O presságio de Victor Hugo em “Corcunda de Notre Dame” (1831) de que “o livro matará a catedral”¹⁶ não se confirmou, da mesma forma como a televisão não destruiu o rádio ou o cinema, tampouco a chegada do avião pôs fim à navegação, desmentindo a persistência de uma mitologia de substituição. Da mesma forma, as relações digitais com os museus, assim como as exposições virtuais não extinguirão a experiência incomparável que o indivíduo estabelece com a realidade tridimensional em todos os seus aspectos perceptivos, emotivos e simbólicos. Como vem ocorrendo há séculos, as sociedades – coletiva e individualmente – continuarão a passar por sucessivas adaptações, sendo obrigadas a lidar com inovações sucessivas, sejam tecnológicas ou de qualquer outra ordem, assimilando-as, reconfigurando-as e, sempre, de alguma forma, conseguindo dar-lhes algum sentido. Os museus, como conceito e como instituição, deverão continuar sua trajetória imbuídos da mesma resiliência que vêm demonstrando em sua trajetória histórica – negociando transposições de realidades, seja para as galerias físicas das exposições seja para o ciberespaço, permanecendo como intérpretes culturais privilegiados da sociedade e desse novo “real”, cada vez mais virtual.

16 No capítulo II do Livro VI “Notre-Dame de Paris”, Victor Hugo afirma que “Ceci tuera cela” – Isto matará aquilo, explicando sua visão de que o livro impresso por Gutemberg esvaziaria a importância de obras da arte e arquiteturas antigas, vistas por ele como os verdadeiros “livros” da humanidade.

Referências

- AGÊNCIA EFE – Genebra, Agência Brasil, 2018. Disponível em: <https://agencia-brasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2018-12/mais-da-metade-da-populacao-mundial-esta-conectada-internet-diz-onu>.
- BERGSON, Henry. *Écrits et paroles*. Paris, France: PUF, 1957.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*, vol. I. A era da Informação: economia, sociedade e cultural. v. I, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. Disponível em: https://perguntasapo.files.wordpress.com/2011/02/castells_1999_parte1_cap1.pdf. Acesso em: 12 jan. 2021.
- DAVIS, Erik. *Techgnosis: Myth, Magic, and Mysticism in the Age of Information*. Berkeley, Califórnia : North Atlantic Books, 2015.
- DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho social*. Martins Fontes: São Paulo, [1892] 2010.
- FALK, John H. *Identity and the Museum Visitor Experience*. California, USA: Left Coast, 2009.
- FOCILLON, Henri, *El Año Mil*. Madrid, ES: Alianza, 1966. Disponível em: <https://vdocuments.net/focillon-ano-mil.html>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- GENNEP, Van Arnold. *Os Ritos de Passagem*. Petrópolis, RJ: Vozes, [1909] 2012.
- GIDDENS, Anthony. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge: Polity Press, 1984.
- GONZALEZ, Rachel. *Keep the Conversation Going: How Museums Use Social Media to Engage the Public*. The Museum Scholar, Volume 1, Number 1, 2017. Disponível em: <http://articles.themuseumsholar.org/vol1no1gonzalez>. Acesso em: 21 jan. 2021.
- HUGO, Victor. *Notre-Dame de Paris*. Paris: Gallimard, [1831] 1996. Disponível em: <https://freeditorial.com/en/books/notre-dame-de-paris--3>. Acesso 20 mar. 2021.
- JUNG, Carl G. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. Disponível em: <file:///C:/Users/helen/Downloads/Os%20arqu%C3%A9tipos%20e%20o%20inconsciente%20coletivo.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- LÉVY, Pierree. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, [1997] 2014.
- LÉVY, Pierre. *O Que é o Virtual*. São Paulo: Ed. 34, 1996.
- NASCIMENTO JR. José; TRAMPE, Alan; SANTOS, Paula A. (orgs.) *Mesa redonda sobre la importancia y el desarrollo de los museos en el mundo contemporáneo*: Revista Museum, 1973. Brasília: IBRAM/MinC; Programa IBERMUSEOS, 2012. Disponível em: <http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2018/10/publicacion-mesa-redonda-vol-ii-pt-es-en.pdf>. Acesso em 20 jan. 2021.
- PRIMO, Judite (org.). Declaração de Quebec -1984. Princípios de Base de uma Nova Museologia. In: *Cadernos de Sociomuseologia, Museologia e patrimônio*: documentos fundamentais. Lisboa, PT: ULHT, v. 15 n. 15, p. 223-225, 1999. Disponível em: <http://cultura.rj.gov.br/sec-admin/ablanc-adm/editais-ativos.php>. Acesso em: 20 jan. 2021.
- PROCTOR, Nancy. *Digital Museum as Platform, Curator as Champion, in the Age of Social Media*. CURATOR 53/1, janeiro 2010. Disponível em: <http://>

Museus no Ciberespaço:

as Redes Sociais como nova dinâmica do Público Digital

networkedcu#rator.doingdh.org/wp-content/uploads/sites/11/2017/05/Proctor-2010-Curator__The_Museum_Journal.pdf. Acesso em: 12 jan. 2021.

QUEIROZ, Luiz. *Capital Digital: economia e política no mundo digital*. Disponível em: <http://www.capitaldigital.com.br/o-futuro-e-analogico/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

SANTAELLA, Lúcia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n.º 22, dezembro 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/re%20vistafamecos/article/viewFile/3229/2493>. Acesso em: jan. 2021.

SCHEINER, Teresa, C. M. *Museologia, hiperculturalidade, hipertextualidade: reflexões sobre o Museu do Século 21*. *Museologia & Interdisciplinaridade*, Vol. 9, n.º 17, Jan. / Jul. de 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/31592/26175>. Acesso em: 23 dez. 2020.

SCHEINER, Teresa, C. M. *Criando Realidades Através de Exposições*. In: GRANATO, Marucs; SANTOS, Claudia P. (orgs.) *Discutindo Exposições: conceito, construção e avaliação*. Rio de Janeiro: Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST), 2006. 120p.

STAHL, Willian. *God and the Chip: Religion and the Culture of Technology*. Waterloo, ON: Wilfred Laurier University Press, 1999.

UZELAC, Aleksandra. *How to understand digital culture: digital culture - a resource for a knowledge society?* In: UZELAC, Aleksandra ; CVJETIEANIN, Biserka (eds.). *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb, Croatia: Institute for International Relations, 2008. Disponível em: file:///C:/Users/helen/Downloads/digital_culture-enknjigaskoricama.pdf. Acesso em: 12 jan. 2021.

WEISSBERG, Jean-Louis. *Real e Virtual*. In: PARENTE, André (Org.). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.