

MEMÓRIA, PATRIMÔNIO, REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO NO MUSEU DO DOCE ISADORA COSTA OLIVEIRA¹; ROBERTO HEIDEN²

¹Universidade Federal de Pelotas – isadora.c1998@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – heidenroberto@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Museu do Doce, mantido pelo Instituto de Ciências Humanas (ICH) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), está localizado no centro histórico da cidade de Pelotas – RS. A sede do museu foi construída em 1878 para ser residência da família do então Conselheiro de Dom Pedro II, Francisco Antunes Maciel. A instituição é um órgão suplementar do instituto e funciona como espaço para atividades de ensino, pesquisa e extensão, voltadas principalmente ao tema do doce de Pelotas e na área do patrimônio cultural.

O projeto de extensão “Multiações Patrimoniais no Museu do Doce”, coordenado pelo professor Dr. Roberto Heiden, desenvolveu uma série de publicações nas páginas sociais do museu, com o objetivo de difundir a memória do patrimônio preservado pela instituição, e promover uma comunicação direta com o público. Essa atividade é parte de um conjunto de ações que visa expandir a imagem institucional do museu através do engajamento em redes sociais, pretendendo também atingir um público não usual, atentando para as diversas funções e sujeitos envolvidos com o funcionamento desse espaço cultural.

Na ação aqui descrita buscamos relacionar o processo de comunicação museológica, ao desafio de expor o patrimônio institucional do Museu do Doce em meio digital. A concepção de comunicação museológica como uma relação de troca e negociações dos sentidos patrimoniais se fomenta na compreensão do processo por todos aqueles que atuam como agentes ativos na (re)significação do objeto museológico (CURY, p. 90, 2004 *apud* SANTANA, p. 36, 2011). “A comunicação é a ponte que integra subjetividades através de ferramentas de linguagem - os signos, as técnicas e tecnologias comunicativas” (COSTA, p. 12, 2002 *apud* SANTANA, p. 23, 2011). Ao potencializarmos a comunicação sobre conhecimentos que se utilizam de ferramentas digitais, entre o museu e o público, produz-se trocas que atestam a importância de estratégias dessa natureza.

O museu possui dois patrimônios institucionais potentes e que são objeto de estudo, base para as atividades do projeto. O primeiro consta do Doce Tradicional de Pelotas, que foi considerado patrimônio cultural imaterial do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Além disso, tem-se o casarão sede do museu, tombado em 1977 pelo IPHAN devido a sua arquitetura eclética do século XIX. Nesse sentido, optou-se pelo desenvolvimento de conteúdo e a realização de postagens nas redes sociais com o tema desse patrimônio arquitetônico. O resultado dessa ação é aqui no texto analisado.

A necessidade de comunicação sobre o patrimônio surge a partir de demandas do público externo e ganha significados através do meio digital, a exemplo do que fazem grandes museus, tais como a Pinacoteca do Estado de São Paulo que realiza publicações diárias a respeito das exposições e bastidores da instituição. Outro exemplo, a Tate Modern de Londres, utiliza as redes sociais como meio de divulgação de atividades por ela oferecidas, tal como o *Work of the week*, quando são feitas publicações da imagem de uma obra de arte do acervo em redes como Facebook e Instagram, acompanhada de uma breve legenda.

Essa ação relativa a comunicação via redes sociais no Museu do Doce tem também o intuito de engajar os seguidores do perfil do museu com seus temas,

seguidores esses que somam o total de 4.328 pessoas no Facebook e Instagram, adaptando-se assim a forma tradicional de comunicação museal que tem seu fim na exposição, como cita Muchacho (2005):

O museu, como importante meio de comunicação, tem de aproveitar todo este desenvolvimento comunicacional e tecnológico, no sentido de satisfazer as novas correntes da museologia que se debruçam cada vez mais sobre o papel do museu na sociedade actual. Os novos media e em particular a internet são um instrumento precioso no processo de comunicação entre o museu e o seu público. A sua utilização como complemento do espaço físico do museu vem facilitar a transmissão da mensagem pretendida e captar a atenção do visitante, possibilitando uma nova visão do objecto museológico (MUCHACHO, p. 1541, 2005).

Considerando as reflexões aqui apresentadas, o objetivo deste texto é a análise do processo de execução das postagens realizadas pelo Museu do Doce nas redes sociais, compreendendo-se que a comunicação museológica ganhou força ao agir extramuros, sendo uma fonte de conhecimento e informação entre o público em geral e o museu por meio das redes sociais.

2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da atividade inicialmente foi feito um processo curatorial onde se decidiu pela realização de uma sequência de dez fotografias. A proposta previu a publicação das imagens junto de legendas informativas com aspectos históricos e culturais do patrimônio, utilizando-se dos detalhes arquitetônicos da antiga residência do Conselheiro. Optou-se por dividir as categorias das postagens considerando as diferentes técnicas artísticas encontradas no edifício, a exemplo de seus estuques, escaiolas, azulejos, ladrilhos hidráulicos e faianças. Tendo sido realizada a seleção e a fotografia dos elementos, iniciou-se o processo de confecção das legendas/textos das fotografias, que teriam de se adaptar a uma escrita que fosse atrativa e de fácil compreensão para os seguidores do Museu do Doce nas redes sociais.

Os textos foram construídos com referência ao trabalho de pesquisadores que estudaram o museu e seu patrimônio. Para tratar dos estuques presentes nos forros das principais salas do museu utilizou-se pesquisas de Cristina Rozisky. Outras referências importantes foram a dissertação de Fábio Galli, textos de Andrea Domingues e de Gisela Krüger. Esses textos, dentre outros, foram usados para explorar o contexto histórico referente aos ladrilhos hidráulicos e azulejos. Finalmente, para a realização das postagens referentes a fachada do Museu, o texto de Keli Scolari foi importante referência.

As publicações foram feitas na página do Museu do Doce no Facebook e no Instagram ao longo do primeiro semestre de 2019, com regularidade semanal. Na última, o museu possuía até a data de 10 de setembro de 2019, um total de 734 seguidores ativos. Porém, por questão metodológica, o foco da análise referente as publicações nesse texto foi o da página do museu no Facebook, que possuía na mesma data um total 3.595 curtidas e 3.629 seguidores, sendo essa a rede social que o museu mais possui engajamento por parte do público.

Nesse trabalho ainda apresentamos uma tabela em que está informada a quantidade total de pessoas alcançadas pelas publicações. Apresentam-se assim dados precisos sobre o tipo de seguidores que foram afetados, assim como do número de envolvimento, ou seja, o tipo de ação ativa do seguidor, considerando-se como possíveis formas de interação aquelas disponibilizadas pelo Facebook: reações, comentários e compartilhamentos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Assim que as publicações foram inseridas no perfil do Museu do Doce nas redes sociais, percebeu-se o engajamento dos seguidores, que se exemplifica por meio de suas reações em número de curtidas, comentários e compartilhamentos em seus perfis pessoais. Dessa forma, é importante destacar a relação que se estabelece entre o patrimônio do Museu que parte do espaço material e ganha significados no meio digital.

Através de ferramentas disponíveis no Facebook foram construídas tabelas sobre os números alcançados pela ação. Na segunda coluna da Figura nº 1 vê-se amostragem do número de pessoas alcançadas por uma determinada publicação. Isso representa o indivíduo que recebeu a fotografia na sua página/*timeline* na rede social. Cabe destacarmos que o total das publicações analisadas para a escrita deste resumo somou o número de 15.121 pessoas alcançadas. No que diz respeito a categoria “envolvimentos” nas publicações, neste item, contou-se o total de reações obtidas em curtidas, compartilhamentos e comentários, que totalizou 1.947 visitantes digitais, visitantes esses que interagiram de alguma forma com as publicações. Os números acima informados são referentes ao dia 10 de setembro de 2019. Cabe levar em consideração que uma publicação possui maior visibilidade espontânea em um período de até 48 horas a partir do momento em que é postada, devido ao constante fluxo de informações das redes sociais.

Dentre as publicações realizadas, como exemplo, destacamos abaixo a imagem do conjunto de ladrilhos hidráulicos presente no hall de entrada do Museu do Doce (Figura nº 2). Essa postagem apresentou um número importante de interações e gerou uma situação notável, especialmente proporcionada por nossa ação extensionista. Um dos seguidores do Museu junto ao Facebook reconheceu que esse conjunto artístico era exatamente igual a outro presente no prédio do Real Gabinete Português de Leitura, Rio de Janeiro – RJ. Na medida em que buscamos confirmar a informação, junto a própria instituição carioca, e também em contato com vários pesquisadores locais que já haviam estudado a sede do Museu do Doce, tal semelhança ainda não havia sido observada por esses. Nesse sentido, descobriu-se uma importante informação a respeito da história da arte local, que demandará agora maior investigação.

Publicações	Pessoas alcançadas	Envolvimento	Total (Pessoas alcançadas)	Total Envolvimento
Primeira	1765	231	15121	1947
Segunda	1732	256		
Terceira	798	76		
Quarta	2082	242		
Quinta	2019	316		
Sexta	998	115		
Sétima	1031	102		
Oitava	2252	290		
Nona	1048	123		
Décima	1396	196		



Figura nº 1: Tabela com os resultados obtidos nas publicações no Facebook do Museu do Doce no dia 10 de setembro de 2019. Figura nº 2: Ladrilhos hidráulicos do hall de entrada do Museu do Doce. Foto: Roberto Heiden.

De acordo com as informações aqui descritas, a interação apresentada pelo visitante digital possibilitou trocas com a instituição e resultou na divulgação do patrimônio do Museu. Tal fato observa-se em comentários dos visitantes, como

o de Adriana Cavalli em uma publicação referente as faianças do casarão. Adriana expressou: “Linda explicação. Agora quando passar por ali vou tentar identificá-las. Obrigada”. Outro comentário é de Darlene Peglow Kuhn que comentou em uma postagem sobre os estuques da “sala de jantar”: “Recomendo uma visita”. Esse relato importa na medida em que Darlene já havia visitado o museu e essa sala em ocasião da exposição temporária intitulada “A Tradições dos Doces Coloniais em Pelotas” que acontecia justamente neste espaço, por meio de visita guiada realizada por essa autora. No entanto, até então, sem a referida postagem, Darlene não havia interagido com a página do museu a respeito desse tema.

A comunicação nos museus é também uma ferramenta educativa “na medida em que se busca fazer com que determinado patrimônio cultural musealizado possa ser apropriado conscientemente pelo público” (SANTANA, p. 9, 2011). Dados empíricos também foram obtidos, na medida em que, por exemplo, verificou-se a partir da atuação dos monitores nas visitas presenciais no museu, que parte do público já tinha ciência a respeito da história dos estuques da edificação. É o caso de uma visitante que relatou já saber sobre alguns detalhes da decoração da antiga sala de música da casa, e nessa visita confirmou seguir o perfil do museu nas redes sociais.

4. CONCLUSÕES

Dentre os resultados obtidos através das publicações, pode-se destacar o aumento do engajamento do público e o seu interesse em compartilhar e dedicar parte de seu tempo para ler a respeito do patrimônio, aspectos que revelam que os objetivos do projeto são atingidos, e fazem com que a missão do museu, enquanto instituição que produz conhecimento, seja mantida, já que o número de pessoas alcançadas e que tiveram acesso as publicações, denota que o patrimônio está evidenciado em meio a esse processo de comunicação.

No segundo semestre de 2019 novas publicações para a difusão do patrimônio serão realizadas. Nessa nova série, serão explorados os doces típicos regionais, que se encontram como o objeto principal de estudo do Museu do Doce de acordo com sua própria missão institucional.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SANTANA, Cristiane Batista. **Para além dos muros**: por uma comunicação dialógica entre museu e entorno. Brodowski (S.P): ACAM Portinari; Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. São Paulo, 2011. (Coleção Museu Aberto)

MUCHACHO, Rute. **Museus virtuais**: A importância da usabilidade na mediação entre o público e o objecto museológico. In: Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. 2005. p. 154-1547.

IPHAN. **Tradições Doceiras de Pelotas (RS) são reconhecidas como Patrimônio Imaterial do Brasil**. Acessado em 10 set. 2019. Online. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/4653/tradicao-doceira-de-pelotasrs-e-reconhecida-como-patrimonio-imaterial-brasileiro>