

## O INSTAGRAM ATUANDO COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA: O CASO DO MUSEU DAS COISAS BANAIS

RAFAEL TEIXEIRA CHAVES<sup>1</sup>; ANDRÉ LUIZ DA SILVA PAULO <sup>2</sup> JULIANE SERRES<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Rafael Teixeira Chaves - UFPEL - rafael-teixeirachaves@hotmail.com*

<sup>2</sup> *André Luiz da Silva Paulo – UFOP - alspmg@hotmail.com*

<sup>3</sup> *Juliane Serres – UFPEL - julianeserres@gmail.com*

### RESUMO

O Museu das Coisas Banais (MCB) é um projeto de pesquisa vinculado ao Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas\RS, tem como intento o agrupamento de representações, através de fotografias, de acervos de objetos que compõem o cotidiano dos indivíduos, neste caso seguidores, que se interagem através da utilização da plataforma online Instagram. Essa interação ocorre apenas no espaço virtual e permite aos usuários a preservação e compartilhamento de memórias construídas através da relação que estabeleceram com estes objetos.

O Museu existe exclusivamente no ciberespaço e está voltado à preservação da memória atrelada aos objetos do cotidiano. Atualmente, além de questionar a função dos museus, abordando esta tipologia nova no campo museal, expande sua atenção para o caráter virtual dos acervos na rede. Já que a preservação da memória, a partir da materialidade dos objetos, abrange outros suportes e supera a própria materialidade das coisas, concentrando sua atenção sobre a memória narrada, a memória ainda atrelada ao objeto, que passa a ser índice de uma presença ausente, registrada pela fotografia e pela história narrativa.

### OBJETIVOS

Utilizando como suporte a mídia de interação social Instagram, este trabalho tem como finalidade a construção de um espaço de trocas de memórias através das representações imagéticas de objetos que fazem parte do cotidiano dos ínvidos que ali se relacionam, desta forma proporcionando um ambiente de compartilhamento e preservação da memória.

## METODOLOGIA

O estudo do uso do instagram, especificamente, como uma ferramenta de interação social nas redes eletrônicas tem demonstrado ser uma forma dinâmica para musealizar. Proposta de complementação: As redes sociais, segundo MARTELETO (2001, p.72), representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Com base nesta definição podemos considerar que as novas mídias eletrônicas, no caso Instagram conglobam as partes envolvidas, instituições e seus públicos, proporcionando desta forma um estreitamento dos laços destes atores.

Os museus vêm utilizando esses espaços virtuais como suportes de comunicação museal, bem como as novas tecnologias e mídias sociais o MCB utiliza este suporte não só como uma ferramenta de divulgação de suas atividades, mas como uma ferramenta de coleta de acervo e organização os dados e, uma nova forma do comunicar museológico mediado pelos espaços virtuais.

## RESULTADO

O uso das mídias sociais vem se portanto esta curadoria é montada com a livre participação dos usuários deste aplicativo, tornando o Museu mais próximo do público tornando as interações com o público e a utilização da internet como meio de comunicação permite a democratização do acervo do Museu das Coisas Banais.

Este crescimento das novas tecnologias faz com que o público seja direcionado através do recurso das (#) hashtags, postando este hiperlink e direcionando a todos as publicações relacionadas ao que for usado, interligando

museus de todos os lugares, e usuários do aplicativo através desse recurso. O impacto que o aplicativo vem nos mostrando, é que podemos ter um público direcionado e com afinidade com museus, assim o aplicativo é uma ferramenta de comunicação e interatividade.

## CONCLUSÃO

O Instagram do MCB vem demonstrando que o público pode interagir com as práticas da instituição, utilizando para isso as ferramentas disponíveis no aplicativo, como curtir, compartilhar além de possibilitar o contato direto com o museu através de mensagens, sendo elas privadas ou não, desta forma possibilitando ao usuário a criação de um curadoria própria e compartilhada com os demais indivíduos que ali se interagem. O Instagram do Museu já ultrapassou 3 mil seguidores, que visualizam diariamente suas postagens, cada postagem tem em média um feedback após dois segundos de publicação, considerando as curtidas, comentários e repost.

Tornando possível este tipo de estudo, mostrando que o Instagram vai além de uma simples ferramenta de comunicação museológica.

Nesta pesquisa está sendo analisado cidade, profissão, outras formas de interação como o que os visitantes acham do logo do Museu, ou o que elas acham de ver um Museu no Instagram, construindo um perfil dos usuários que interagem com o museu, a fim de identificar as demandas e o alcance das publicações, entendendo este processo das redes que se forma neste compartilhamento de memórias e histórias. Possibilitando uma aproximação do público com os museus e permitindo uma grande interatividade, não apenas entre público e museu, mas entre os usuários. Com isso querendo apresentar que é possível em visitar um Museu em

qualquer lugar a qualquer hora, basta está conectado à internet, trazendo a problematização de o que o MCB conserva.

**BIBLIOGRAFIA:**

BEZERRA, Daniele Borges. Patrimônio afetivo e fotografia: A memória de idosos asilados. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas, 2013.

CAMPOS, Marcela Saad; MACHADO, Polyana Muniz. Como o uso das hashtags na publicidade pode contribuir para a viralização de campanhas: um estudo de caso sobre a campanha #SomosTodosMacacos. Disponível em:

<[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/9395/1/2014\\_MarcelaSaadCampos\\_PolyanaMunizMachado.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/9395/1/2014_MarcelaSaadCampos_PolyanaMunizMachado.pdf)>. Acesso em 09 jul. de 2015

HENRIQUES, Rosali, A experiência do Museu da Pessoa: a história do cotidiano em bits e bytes. Disponível em:

<[http://www.encontro2012.historiaoral.org.br/resources/anais/3/1329247967\\_ARQUIVO\\_historia\\_oral\\_rosali.pdf](http://www.encontro2012.historiaoral.org.br/resources/anais/3/1329247967_ARQUIVO_historia_oral_rosali.pdf)> Acesso em 04 de ago. de 2015 em 18:00.

MCB disponível em: <http://wp.ufpel.edu.br/museudascoisasbanais/>

Acesso em 09 jul.2015, 20:50.

PIZA, Mariana Vassallo. O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica. Disponível em:

< [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012\\_MarianaVassalloPiza.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf) >. Acesso em: 09 jul. 2015, 20:15.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na internet. Porto Alegre, Ed Sulina: 2014.

Disponível<[http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus\\_virtuais\\_e\\_cibermeus\\_-\\_a\\_internet\\_e\\_os\\_museus.pdf](http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus_virtuais_e_cibermeus_-_a_internet_e_os_museus.pdf)> Acesso em 05 de ago. 2015.