

¹ *Rafael Teixeira Chaves - UFPEL - rafael-teixeirachaves@hotmail.com*

² *André Luiz da Silva Paulo – UFOP - alsimg@hotmail.com*

³ *Juliane Serres – UFPEL - julianeserres@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O Museu das Coisas Banais (MCB) é um museu virtual, com a missão de preservar e compartilhar memórias de objetos banais, através da rede, o Museu situa-se exclusivamente no ciberespaço, utilizando além do site institucional, as mídias sociais não. Como suporte de compartilhamento informacional e de comunicação museológica.

A pesquisa apresentada utiliza como estudo de caso a mídia de interação social, Instagram que se configura como uma ferramenta de compartilhamento de informações multimídias, principalmente no formato de fotos e vídeos.

2. METODOLOGIA

O trabalho encontra-se em andamento, utilizando o APP, coleta de dados. A sua incorporação aos processos museais vem permitindo um novo panorama comunicacional aplicado ao museu das coisas banais, assim servindo de arcabouço para outras instituições de preservação da memória.

O trabalho se dá através do compartilhamento de memórias em tempo real, por meio da interatividade com os usuários do APP, produzindo e evocando memórias coletivas onde cada usuário pode ser mediador neste espaço.

Segundo Francisco Ramos (2004 p.32) os objetos são “geradores” motivando a reflexão sobre a relação entre o sujeito e objeto; por isso é importante perceber a vida dos objetos, entender e sentir que os objetos expressam traços culturais, que os objetos são criadores e criaturas do ser humano.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Instagram do MCB, vem demonstrando que pode ser um instrumento de análise museológica, possibilitando atividades como o estudo de público buscando uma interatividade com o usuário, neste caso chamado de seguidor. Um exemplo desta relação acontece quando, através da postagem da logo procura-se saber como os seguidores a avalia e como aquela imagem pode fortalecer este laço criado através das conexões construídas pelas memórias compartilhadas a ferramenta não só de comunicação, mas como uma plataforma museológica trabalhando com estudo de público, cidade, profissão, gerando perguntas aos usuários, como o que elas estão achando do logo do Museu por exemplo.

Esta interatividade permite a aproximação e a elaboração de uma curadoria, pretende-se a criação de um bancos de dados on-line para que o próprio usuário cadastre seu objeto/memória que será compartilhado no APP, desta forma cria-se uma sistematização das informações levantadas além da disponibilização destas ao longo do tempo.

Federico Caselegno (2006 p.19), traz uma reflexão de que a memória coletiva toma forma quando toda coletividade pode acessa-la e nutri-la, por que são os indivíduos que participam de sua criação.

Assim, nesse primeiro momento é possível aferir que o uso das redes eletrônicas sociais de compartilhamento de memórias em um Museu virtual pode ser uma ferramenta de coleta, interatividade, e comunicação, criando condições para um diálogo mais próximo com o público.

O Museu das Coisas Banais já levantou uma enorme tipologia de acervo, que nele são representadas através de fotografias dos seus seguidores, cada fotografia traz consigo uma narrativa particular e ao mesmo tempo de uma coletividade, que de alguma forma, se identifica com essa, possibilitando assim uma troca entre emissor da informação e receptor/espectador tornando desta forma este processo dinâmico e multidirecional.

4. CONCLUSÕES

Os objetos que antes desempenhavam um valor afetivo particular de um indivíduo, ganha um novo status onde essa relação deixa de ser pessoal, e através da mediação e interação ocorridas na utilização do Instagram percebe-se o reestabelecimento de uma memória que em algum momento fazia parte do cotidiano deste seguidores.

Cria-se assim uma identificação entre os usuários com a livre participação de todos, colocando em discussão o papel dos objetos como suportes de memória afetiva, e colocando no cotidiano plataformas museológicas nas redes sociais. Os museus vêm utilizando esses espaços virtuais como suportes de informação, bem como as novas tecnologias e redes sociais.

Francisco Ramos (2004, p.84) diz que a composição coletiva de espaços de trabalho com a memória assume, desse modo, um papel de significativo impacto, com isso criando um local de reflexão sobre as memórias, através de objetos.

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.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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>. Acesso em 09 jul. de 2015

CASALEGNO Federico, Memória Cotidiana editora sulina p 19 2006 Porto Alegre.
CIBERCULTURA LÉVY PIERRE 2010 EDITORA 34 SÃO PAULO

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> Acesso em 01 de Outubro. 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 >. Acesso em: 09 jul. 2015, 20:15.

RAMOS, Francisco, A Danação do Objeto chapecó ed argos 2004.

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

<http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus_virtuais_e_cibermuseus_-_a_internet_e_os_museus.pdf> 01 de Outubro de 2015 em 18:00.